

Elina Nieminen

ASIAKASTYYTYVÄISYYSTUTKIMUS  
CASE: TILIPALVELU JOUSTAVA OY

Liiketalouden koulutusohjelma  
2016

# TILIPALVELU JOUSTAVAN ASIAKASTYYTYVÄISYYS

Nieminen, Elina  
Satakunnan ammattikorkeakoulu  
Liiketalouden koulutusohjelma  
Kesäkuu 2016  
Ohjaaja: Keskinen, Arto  
Sivumäärä: 49  
Liitteitä: 5

Asiasanat: asiakaspalvelu, asiakastyytyväisyys, tilitoimisto

---

Opinnäytetyön aiheena oli tehdä asiakastyytyväisyystutkimus Tilipalvelu Joustava Oy:lle. Työn tavoitteena oli selvittää tilitoimiston asiakastyytyväisyyden tila ja laatia tämän pohjalta yritykselle kehityssuunnitelma. Opinnäytetyön tärkein päämäärä oli parantaa asiakastyytyväisyyttä Tilipalvelu Joustava Oy:ssä.

Tutkimuksen teoreettinen viitekehys koostuu asiakaspalvelusta, asiakastyytyväisyydestä, asiakastyytyväisyyden tutkimisesta sekä taloushallinto- ja tilitoimistoalasta. Teoreettinen osuus on koottu alan kirjallisuudesta, internetlähteistä sekä lehtiartikkeleista.

Tutkimuksen toteutus alkoi kyselylomakkeen suunnittelulla. Kyselylomake laadittiin yhdessä tilitoimiston työntekijöiden kanssa. Kyselylomake tehtiin SAMK:lla käytössä olevalla E-lomake-nimisellä ohjelmalla ja lähetettiin asiakkaille sähköpostina 23.3.2016. Vastausajaksi annettiin kaksi viikkoa ja asiakkaille lähetettiin kaksi muistutusviestiä vastausajan aikana. Kysely lähetettiin 139 asiakkaalle, joista 64 vastasi. Vastausprosentiksi saatiin 46 %, joten tulokset antavat melko kattavan kuvan tilitoimiston asiakastyytyväisyydestä.

Kyselyn tulokset analysoitiin Excel-taulukkolaskentaohjelmalla. Tuloksia on havainnollistettu erilaisten taulukoiden ja kaavioiden sekä tekstin avulla. Tuloksista kävi ilmi että asiakastyytyväisyys on yleisesti ottaen hyvällä tasolla. Analysoinnin jälkeen tehtiin vielä kehityssuunnitelma, minkä avulla asiakastyytyväisyyttä saataisiin parannettua entisestään.

# CUSTOMER SATISFACTION AT TILIPALVELU JOUSTAVA LTD

Nieminen, Elina  
Satakunta University of Applied Sciences  
Degree Programme in business economics  
June 2016  
Supervisor: Keskinen, Arto  
Number of pages: 49  
Appendices: 5

Keywords: customer service, customer satisfaction, accounting firm

---

The topic of this thesis was to research customer satisfaction at Tilipalvelu Joustava LTD. The purpose was to clarify the state of customer satisfaction and to create an improvement plan for the company. The main goal was to improve the state of customer satisfaction.

The theoretical framework of the thesis consists of customer service, customer satisfaction, customer satisfaction research and financial management- and accounting industry. The theoretical part was brought together from literature, articles and internet sources.

The research started with creating a questionnaire for customers. It was created with the employees of the accounting firm. The questionnaire was made with a program called E-lomake. The covering letter was sent to customers by email and it included a link to the survey. The response time was two weeks and two reminder notes were sent to customers during that time. The questionnaire was sent to 139 customers of which 64 answered. Hence the response rate was 46 % which means that the results give a fairly good overview of the customer satisfaction.

The results of the research were analyzed with Excel. The results are demonstrated with tables, charts and text. The results of the research showed that the customers of Tilipalvelu Joustava are mainly satisfied with the services it provides. After analyzing the results development plan was made to improve the customer satisfaction.

# SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	TUTKIMUKSEN TARKOITUS, TAVOITTEET JA VIITEKEHYS.....	6
2.1	Tarkoitus ja tavoitteet .....	6
2.2	Käsitteellinen viitekehys.....	6
3	ASIAKKUUDENHALLINTA.....	7
3.1	Asiakaslähtöisyys yrityksessä.....	7
3.2	Asiakaspalvelu .....	9
3.3	Hyvä asiakaspalvelija.....	12
4	ASIAKASTYYTYVÄISYYDEN TUTKIMINEN.....	13
4.1	Empiirisen tutkimuksen tutkimusmenetelmät.....	13
4.2	Asiakastyytyväisyyden selvittäminen.....	14
4.3	Asiakastyytyväisyystutkimuksen vaiheet ja tavoitteet .....	15
4.4	Kyselylomakkeen laatiminen.....	17
5	TILITOIMISTOALA .....	19
5.1	Tilitoimistoalan kehitys .....	19
5.2	Tilitoimistojen palvelutarjonta.....	20
5.3	Sähköistyminen tilitoimistoalalla.....	22
5.4	Asiakkuudenhallinta tilitoimistoalalla .....	23
5.5	Hyvä tilitoimisto .....	25
6	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS .....	26
6.1	Asiakastyytyväisyystutkimus Tilipalvelu Joustava Oy:ssä .....	26
6.2	Kyselylomakkeen suunnittelu ja testaus .....	27
7	TUTKIMUKSEN TULOKSET .....	29
7.1	Asiakkaiden taustatiedot .....	29
7.2	Palkanlaskennan palvelut.....	31
7.3	Asiakkaiden tyytyväisyys eri osa-alueisiin.....	33
7.4	Palvelutarjonta ja palvelu Tilipalvelu Joustava Oy:ssä .....	35
8	KEHITYSKOhteet .....	41
8.1	Asioiden tiedottaminen .....	41
8.2	Kirjanpitäjä taloudellisena neuvonantajana .....	42
8.3	Sähköisen taloushallinnon esittely .....	43
8.4	SWOT-analyysi.....	44
9	YHTEENVETO .....	46
	LÄHTEET.....	48
	LIITTEET	

## 1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää Tilipalvelu Joustavan asiakastyytyväisyys sekä luoda kehittämissuunnitelma asiakastyytyväisyyden parantamiseksi. Tilitoimistolle on tehty asiakastyytyväisyystutkimus vuonna 2014 erään harjoittelijan toimesta, mutta sen tulokset ja seuranta jäivät keskeneräisiksi. Tämän vuoksi tilitoimisto kiinnostui uuden tutkimuksen tekemisestä.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa käsitellään yleisesti asiakaspalvelua sekä asiakastyytyväisyyttä. Teoriassa selvitetään millainen on asiakaslähtöinen yritys ja miten asiakaslähtöisyys vaikuttaa yrityksen toimintatapoihin. Asiakastyytyväisyyden tutkimisen vaiheet, tavoitteet ja menetelmät on käyty läpi luvussa 4. Viimeisenä teoriaosiossa käydään läpi yleisesti tilitoimistoalaa, asiakkuudenhallintaa ja sähköistymistä tilitoimistoissa sekä hyvän tilitoimiston tunnusmerkkejä.

Tutkimus toteutetaan laatimalla Tilipalvelu Joustava Oy:n asiakkaille kyselylomake, jonka avulla pyritään selvittämään asiakastyytyväisyyden tila. Kyselylomake laaditaan sähköisenä, jotta vastaaminen on asiakkaalle mahdollisimman vaivatonta. Tutkimustulosten perusteella laaditaan toimenpidesuunnitelma, jonka avulla pyritään saamaan asiakastyytyväisyys nousuun. Asiakastyytyväisyyden seuranta jää tilitoimiston omaksi tehtäväksi toimenpidesuunnitelman toteutuksen jälkeen.

## 2 TUTKIMUKSEN TARKOITUS, TAVOITTEET JA VIITEKEHYS

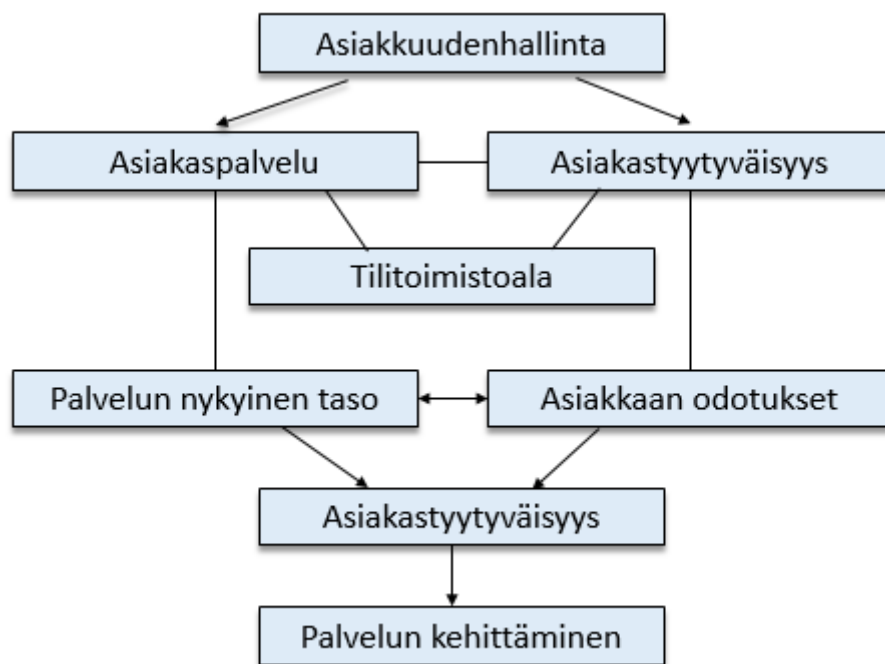
### 2.1 Tarkoitus ja tavoitteet

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on parantaa tilitoimiston asiakaspalvelua ja asiakastyytyväisyyttä. Tilitoimisto hyötyy tutkimuksesta saamalla tietoa asiakkaidensa mielipiteistä yrityksen palveluita ja asiakaspalvelua kohtaan. Tutkimuksella on tarkoitus kartoittaa myös sitä, mitkä palvelut mahdollisesti puuttuvat tilitoimiston tämänhetkisestä tarjonnasta. Opinnäytetyön tärkeimpänä tavoitteena on parantaa tilitoimiston asiakastyytyväisyyttä.

Opinnäytetyössä haetaan vastausta kahteen eri tutkimusongelmaan: mikä on yrityksen palveluiden ja asiakaspalvelun tila tällä hetkellä ja miten asiakastyytyväisyyttä voidaan parantaa. Tilaa selvitetään laatimalla tilitoimiston asiakkaille kyselylomake, joka kartoittaa yrityksen nykyistä tilaa ja jonka avulla pyritään selvittämään, missä asioissa tilitoimistolla on kehitettävää.

### 2.2 Käsitteellinen viitekehys

Työn käsitteellinen viitekehys kuvaa tutkimuksen etenemistä teorian kautta tutkimuksen tekemiseen ja tuloksiin (Kuvio 1). Teoria koostuu yrityksen toiminnan asiakaslähtöisyydestä, asiakaspalvelusta ja asiakastyytyväisyydestä. Teoriassa käsitellään myös tilitoimistoalaa sekä asiakkuudenhallintaa tilitoimistoalalla. Myös asiakastyytyväisyyden tutkiminen, sen vaiheet ja tutkimusmenetelmät käydään läpi teoriaosuudessa. Tutkimuksella kartoitetaan palvelun nykyistä tasoa ja asiakkaan odotuksia sekä selvitetään kuinka hyvin nämä asiat kohtaavat. Näin saadaan selville asiakastyytyväisyyden tila. Tämän pohjalta laaditaan toimenpidesuunnitelma asiakastyytyväisyyden parantamiseksi.



Kuvio 1. Käsitteellinen viitekehys

Käsitteellisestä viitekehyksestä näkyy, että koko työn tärkein päämäärä on palvelun kehittäminen. Työn tavoitteena on kyselytutkimuksen avulla selvittää tilitoimistossa asiakastyytyväisyyden tila ja sen avulla saada korjattua ongelmakohdat. Näin päästään palvelun kehittämiseen eli asiakastyytyväisyyden paranemiseen.

### 3 ASIAKKUUDENHALLINTA

#### 3.1 Asiakaslähtöisyys yrityksessä

Asiakas on yritykselle se, joka mahdollistaa koko yrityksen toiminnan ja tuo yritykselle toimeentulon. Asiakkaalla on nykypäivänä todella paljon valtaa liiketoimintaympäristössä. Tarjonta lisääntyy koko ajan ja asiakkaalla on vapaus valita kenen kanssa hän asioi. Kaikki yrityksen toimet kietoutuvat asiakkaan ympärille ja toimintaa tulisikin suunnitella asiakaslähtöisesti. Asiakkaalla on täysi vapaus valita kenen kanssa hän ryhtyy yhteistyöhön ja miten yhteistyötä tehdään. Yrityksille suurin haaste nykypäivänä onkin erottautua kilpailijoista. (Selin & Selin 2004, 13–17.)

Asiakkaita voidaan jaotella eri yrityksissä ja toimialoilla eri tavoin, mutta yleisellä tasolla asiakkaat voidaan jaotella kuluttajiin, yrityksiin ja julkisen sektorin toimijoihin. Eri asiakasryhmät hankkivat palveluita ja tuotteita eri tarkoituksiin ja ostokäyttäytyminen onkin heillä hyvin erilaista. Kuluttajat muodostavat oman asiakasryhmänsä ja tämän ryhmän sisällä asiakastarpeet vaihtelevat paljon esim. iän, sukupuolen ja elämäntyylin mukaan. Organisaatiot ostavat tuotteita ja palveluita liiketoimintaansa varten ja organisaation koko, toimiala jne. vaikuttavat heidän ostokäyttäytymiseen. (Flink, Kerttula, Nordling, & Rautio 2015, 52–54.)

Vaikka monien yritysten tärkeimpiä asiakkaita ovatkin yritysasiakkaat, on muistettava, että ihmiset yrityksen sisällä tuottavat asiakkuuden. Tämän vuoksi vuorovaikutustaidot ovat hyvän asiakaspalvelun perusta. (Selin & Selin 2013, 15.) Työntekijän täytyy tuntea oman organisaationsa asiakkaat. Asiakkaat vaihtelevat ja asiakaspalvelijan on tunnistettava kulloisenkin asiakkaan tarpeet. (Flink ym., 2015, 52–54.)

Pidämme usein yrityksen varsinaisina asiakkaina vain nimenomaan tuotteen tai palvelun loppukäyttäjiä eli ulkoisia asiakkaita. Kannattaa kuitenkin muistaa yhtälailla myös ns. sisäiset asiakkaat, joilla tarkoitetaan esimerkiksi yrityksen omaa henkilökuntaa, tavarantoimittajia ja läheisiä yhteistyökumppaneita. Heidän kanssaan asiointi vaatii yhtälailla hyvää asiakaspalvelua ja positiivista asennetta. (Flink ym., 76–77.)

Asiakasorientoitunut yritys onnistuu luomaan tuotteita ja palveluita, jotka vastaavat asiakkaiden tarpeita. Tuote- ja palvelusuunnittelu on usein helppoa, sillä tuote tunnetaan läpikotaisin. Tilanne vaikeutuu, kun lähdetäänkin ajattelemaan suunnittelua asiakkaan näkökulmasta. Yrityksen tulee tällöin miettiä, mitä lisäarvoa tuote- tai palvelukokonaisuus asiakkaalle tuottaa. Kun yritys pääsee tähän ajattelumaailmaan, sen on entistä helpompi sitouttaa asiakasta yritykseen. Taulukossa 1 on kuvattu eroja asiakaskeskeisen ja tuotekeskeisen ajattelumallin välillä. (Selin & Selin 2013, 13–20.)



Taulukko 1. Tuotokeskeisen ja asiakaskeskeisen ajattelun eroja (Selin & Selin 2005, 20.)

Tuotokeskeinen ajattelu		Asiakaskeskeinen ajattelu	
- Haetaan tuotteelle asiakkaita	→	- Haetaan asiakkaalle tuotteita	
- Tuotteen kannattavuus	→	- Asiakkaan kannattavuus	
- Tuotekehitys	→	- Asiakassuhteen kehitys	
- Tuotteen ominaisuudet	→	- Asiakkaan toiminnan ominaisuudet	
- Tuotteen ikä	→	- Asiakassuhteen ikä	
- Jakelukanavat	→	- Asiakkaan asiointikanavat	
- Markkinaosuus	→	- Asiakasosuus	
- Tuotteen myynti	→	- Asiakkaan ostot	
- Myynnin lisääminen	→	- Asiakassuhteen syventäminen	

Asiakkaan tulee olla liiketoiminnan lähtökohtana sen suunnittelusta toteutukseen saakka (Selin & Selin 2013, 9). Usein yritykset tuovat sloganeissaan ja arvoissaan esille, kuinka tärkeä asiakas on yritykselle ja kuinka yritys toimii asiakasta varten. Puuttumaan jää sanojen vieminen käytäntöön eli asiakaslähtöisyys yrityksen jokapäiväisessä toiminnassa. (Aarnikoivu 2005, 14.) Vaikka yritys on rakentanut strategiset päätökset asiakaslähtöisiksi, työ ei lopu vielä tähän. Henkilöstölle tulee opettaa uuden liiketoimintamallin aiheuttamat muutokset myös käytännön tasolla. Toimintamallit on tehtävä selkeiksi koko henkilöstölle, jotta jokainen tuntee oman roolinsa ja osaa muuttaa toimintatapojaan asiakaslähtöisempään suuntaan. Asiakasuskollisuus mahdollistetaan suunnittelemalla toimintaa alusta saakka asiakaslähtöisesti. (Selin & Selin 2013, 96–97.)

Asiakaslähtöisyys vaatii henkilöstöltä ja johdolta monia eri asioita ja ominaisuuksia. Feargal Quinnin (1993) mukaan kuitenkin yksi taito on ylitse muiden: kuunteleminen. Kun saadaan sekä henkilöstö että johto kuuntelemaan asiakkaitaan, otetaan jo askel lähemmäksi asiakasorientoitunutta ajattelutapaa. (Valvio 2010, 73.)

### 3.2 Asiakaspalvelu

Tuotteita ja palveluita on nykypäivänä todella paljon ja kilpailu on kovaa lähestulkoon kaikilla aloilla. Ensiluokkainen palvelu on yksi harvoista keinoista, jolla yritys pystyy nykypäivänä erottautumaan. (Lundberg ja Töytäri 2010, 9–11.) Asiakaspalve-

lu ei ole enää ainoastaan kasvokkain tapahtuva palvelutilanne, se tapahtuu yhä enemmän internetin välityksellä asiakkaan istuessa omalla kotisohvallaan. Palvelutapahtuma voi siis olla hyvinkin erilainen eri tilanteissa. Kaikissa asiakaspalvelutilanteissa kuitenkin tärkeintä on vuorovaikutus asiakkaan kanssa. Kaikki asiakaspalvelijan sanomiset ja tekemiset sekä eleet ja ilmeet vaikuttavat asiakaskokemukseen. (Selin & Selin 2013, 199.) Hyväkään tuote tai palvelu ei myy, mikäli palvelu koetaan negatiivisena. (Flink ym. 2015, 75.)

Vaikka asiakaskohtaamisia olisi lukemattomia yhden asiakkaan kanssa, yksikin huono asiakaskohtaaminen voi muuttaa asiakkaan suhtautumisen koko yritykseen. Nykyaikana tämä yksi huono mielipide voi levitä kulovalkean tavoin ihmisten tietoisuuteen. Tämän vuoksi on tärkeää hoitaa pikaisetkin asiakaskohtaamiset hyvällä asenteella ja asiakasta huomioiden ja muistaa, että jokainen asiakas on tärkeä. (Ojanen 2013, 16.) Valvion mukaan (2010) ”Asiakkaan paluu liikkeeseen on aina mahdollisuus luottamuksen rakentamiselle”. Asiakaskohtaamisen ydintavoitteena tulisi siis aina olla asiakkaan palaaminen liikkeeseen. Jokainen kerta, kun asiakas lähtee liikkeestä tyytyväisenä, asiakassuhde vahvistuu. (Valvio 2010, 69–70.) Ojanen kuvaa asiakaspalvelua lahjan antamisen kaltaiseksi tapahtumaksi. Mikäli myyjä on kuunnellut asiakasta, se osaa antaa asiakkaalle juuri oikeanlaisen ”lahjan”, jolloin sekä asiakas että myyjä ovat tyytyväisiä. Mikäli taas asiakaspalvelija ei lainkaan ole kuunnellut asiakkaan toiveita, tuloksena on usein tyytymätön asiakas. (Ojanen 2013, 18.)

Asiakaspalvelutapahtuma ei aina tapahdu kasvokkain asiakkaan kanssa. Asiakaspalvelijat kommunikoivat asiakkaan kanssa yhä enemmän internetissä esimerkiksi sähköpostin välityksellä tai yritysten omissa viestipalveluissa. Monet yritykset ovatkin alkaneet kouluttaa työntekijöitään esimerkiksi sähköpostin kirjoittamisessa. Sähköpostilla palvellessa on hyvä käyttää kirjakieltä, vaikka kasvokkain palvellessa sitä ei juuri kuule. Viesti kannattaa tarkistaa vielä ennen lähettämistä, sillä kirjoitusvirheet antavat huolimattoman kuvan. Sähköpostilla viesti pyritään saamaan mahdollisimman lyhyenä perille, mikä tarkoittaa että kieliasuun on tärkeää kiinnittää huomiota. Viesti voi helposti vaikuttaa tylältä, vaikkei sitä niin olisi tarkoitettu. Tämän vuoksi asiakaspalautteet ja monimutkaiset tai hankalat tilanteet yrityksen kannattaakin hoitaa jollakin muulla tavalla kuin sähköpostilla. Sähköposti antaa asiakkaalle paljon

tulkinnanvaraa, joten se ei sovi reklamaatioiden selvittämiseen. (Marckwort & Marckwort 2011, 34–36.)

Asiakaspalvelua tapahtuu myös paljon puhelimitse. Puhelimessa ääni ja sanat ovat ne jotka ratkaisevat, eleet ja ilmeet jäävät kuulijalta näkemättä. Äänen merkitys on sanojen merkitystä tärkeämpi, siitä usein kuulee esimerkiksi hymyn ja monia muita ilmeitä. Ensivaikutelma syntyy puhelimessa todella nopeasti ja sitä on vaikea jälkeensä muuttaa. Äänenvoimakkuus ja puheen nopeus vaikuttavat kuulijan mielikuviin. Esimerkiksi kova ääni voi viitata voimakkaaseen tai jopa aggressiiviseen henkilöön ja hiljaisella äänellä puhuvan ajatellaan olevan arka ja ujo. Eri asiakaspalvelutilanteissa vaaditaan hieman erilaista äänenkäyttöä. Tuotteen esittelijän on hyvä olla innostunut, asiakaspalautteen saajan vakuuttava jne. Äänellä voi tehdä paljon. (Marckwort & Marckwort 2011, 44–46.)

Asiakkaalla on kuluttajansuojalain mukaan oikeus reklamoida, mikäli hän on tyytymättömän ostamaansa tuotteeseen tai palveluun. Reklamaatiotilanteissa korostuu asiakaspalvelun laatu. Asiakaspalvelijan tulisi ottaa reklamaatio aina hyvin vastaan, sillä vaihtoehtona on, että asiakas kertoo huonosta kokemuksestaan esimerkiksi sosiaaliseen mediaan, missä tieto leviää kulovalkean tavoin. Reklamaatiot tulisi nähdä luottamuksen osoituksena, asiakas antaa palautteellaan organisaatiolle mahdollisuuden tilanteen korjaamiseen. Hän myös mahdollistaa asiakassuhteen jatkumisen tulevaisuudessa, kun taas monissa tilanteissa tyytymättömän asiakas vain vaihtaa kilpailevaan yritykseen. Reklamaatiotilanteessa on tärkeää kiittää asiakasta palautteesta, oli se millainen tahansa, ja pahoitella tapahtunutta. Asiakaspalvelijan tulee osoittaa kiinnostusta, kuunnella ja kysyä tarkentavia kysymyksiä. Tärkeää on, että asiakaspalvelija ei ota tilannetta henkilökohtaisesti, sillä hän on vain viestin vastaanottaja. Reklamaatiotilanteen tärkein tavoite on pyrkiä ratkaisemaan ongelma, jotta asiakassuhde jatkossakin säilyy ja tilanteen esimerkillisen hoitamisen avulla saattaa jopa vahvistua. (Flink ym. 2015, 109–110.)

### 3.3 Hyvä asiakaspalvelija

Hyvällä asiakaspalvelijalla on monia eri ominaisuuksia. Yksi tärkeimmistä ominaisuuksista on osata mukautua eri tilanteisiin ja lukea asiakasta. Asiakaspalvelijan on osattava asettua asiakkaan asemaan ja näin löytää asiakkaalle paras mahdollinen ratkaisu. (Selin & Selin 2013, 199.) Toinen tärkeä asiakaspalvelijan ominaisuus on positiivinen asenne. Asiakaspalvelussa tulee väistämättä vastaan tilanteita, joissa asiakaspalvelija saa haukut niskaansa ja tällöin asiakaspalvelijan asenne usein ratkaisee mihin suuntaan tilanne kehittyy. Positiivisen asiakaspalvelijan tärkein tavoite on auttaa asiakasta. Oikealla asenteella oleva asiakaspalvelija arvostaa ja kunnioittaa asiakasta, mutta muistaa myös oman arvonsa. Tällöin vuorovaikutus käy luontevasti ja on asiakaspalvelijalle itsellekin miellyttävää. (Marckwort & Marckwort 2011, 14.)

Asiakaspalvelu on ennen kaikkea vuorovaikutusta. Kielen- ja äänenkäytön sekä kehonkielen hallitseminen ovat taitoja, joita jokaisella asiakaspalvelijalla on oltava. Asiakas huomaa pienetkin eleet, negatiiviset vielä herkemmin kuin positiiviset. Amerikkalaisen professorin Albert Mehrabianin tekemän tutkimuksen mukaan ääni ja kehonkieli ovat paljon painavammassa asemassa kuin sanat. Tämä tarkoittaa sitä, että asiakas usein näkee, mikäli asiakaspalvelija on esimerkiksi ärsyyntynyt, vaikka hänen sanat eivät sitä osoittaisikaan. Hyvä asiakaspalvelija ei ainoastaan osaa käyttää kehonkieltä, vaan osaa myös tulkita sitä. Asiakkaan askeleista, katsekontaktista ja asennosta voi päätellä jo paljon. (Marckwort & Marckwort 2011, 23–25 ja 51–52.)

Kielen avulla ilmaisemme ajatuksemme ja toiveemme ja se on vuorovaikutuksen kulmakivi. Hyvän kielitaidon avulla asiakaspalvelija pystyy esittämään asiansa halutulla tavalla. Saman asian voi esittää monella eri tavalla ja sillä on todettu olevan suuri merkitys päätöksentekoon ja lopputulokseen. Esimerkkinä voisi esittää sanat valitus ja asiakaspalaute. Vaikka nuo kaksi asiaa voivat tarkoittaa täsmälleen samaa asiaa, on niiden luoma mielikuva täysin erilainen. Positiivinen kieli luo positiivista tunnelmaa. (Marckwort & Marckwort 2011, 30–31.)

## 4 ASIAKASTYYTYVÄISYYDEN TUTKIMINEN

### 4.1 Empiirisen tutkimuksen tutkimusmenetelmät

Empiirisellä tutkimuksella tarkoitetaan tutkimusta, joka on johdettu asiasta rakennetun teorian pohjalta. Tutkimuksessa pyritään saamaan vastaus tutkimusongelmasta johdettuihin kysymyksiin. Kaikkia tieteellisiä tutkimuksia yhdistääkin tavoite ongelmanratkaisusta. Empiirinen tutkimus toteutetaan joko kvalitatiivisena eli laadullisena tutkimuksena tai kvantitatiivisena eli määrällisenä tutkimuksena. (Heikkilä 2004, 13.)

Kvalitatiivisella tutkimuksella tarkoitetaan laadullista tutkimusta, joka selittää tutkimuskohteen käyttäytymistä ja päätöksentekoa. Kvalitatiivinen tutkimus vastaa kysymyksiin miksi, miten ja millainen. Se antaa tarkkaa tietoa esimerkiksi tutkimuskohteen arvoista ja asenteista tai tarpeista ja odotuksista. Tutkimus otos on vain pieni määrään tapauksia, joita arvioidaan ja analysoidaan mahdollisimman tarkasti. Aineistoa kerätään esimerkiksi haastattelujen kuten teema- tai ryhmähaastattelujen avulla. Tutkimusta tehdessä aineistona voidaan käyttää myös valmiita aineistoja, kuten kirjeitä tai päiväkirjoja. Yhtä oikeaa aineistonkeruutapaa ei ole ja kvalitatiiviset aineistonkeruutavat ei selkeästi eroa kvantitatiivisista. (Heikkilä 2004, 16–17.)

Asiakastyytyväisyystutkimukset toteutetaan useimmiten kvantitatiivista tutkimusmenetelmää käyttäen. Kvantitatiivisella tutkimuksella tutkimuskohteesta saadaan helposti jäsenneltävää lukumääriin ja prosenttiyksiköihin perustuvaa tietoa. Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä vastaa kysymyksiin mikä, missä, paljonko ja kuinka usein. Tutkimuslomake on yleinen kvantitatiivisen tutkimusmenetelmän aineistonkeruutapa. Kvantitatiivisen tutkimustavan ongelmana pidetään tiedon analysointia, sillä siinä ei päästä kovin syvälle tutkittavien maailmaan. Tilanne selviää tutkimuksen avulla, mutta tulosten syyt saattavat jäädä epäselviksi. Aineisto voidaan koota jo olemassa olevista tilastoista, rekistereistä tai tietokannoista tai vaihtoehtoisesti tiedot kerätään itse. Itse kerättävissä aineistoissa päätetään tutkimusongelman perusteella, mikä menetelmä parhaiten soveltuu kyseiseen tutkimukseen, vaihtoehtoina esim. puhelin- tai käyntihaastattelu tai www-kysely. (Heikkilä 2004, 16–18.)

Kyselytutkimusten avulla saadaan paljon tietoa asiakkaiden toiveista ja mielipiteistä. Asiakaskyselyt vahvistavat tilitoimiston asiakaslähtöistä toimintatapaa ja ovat aina merkki siitä, että asiakasta kuunnellaan ja asiakkaan mielipide on tärkeä. Asiakaspalautteiden avulla tilitoimisto pystyy kehittämään toimintaansa asiakasta palvelevampaan suuntaan. (Tilastokeskuksen www-sivut 2015.)

#### 4.2 Asiakastyytyväisyyden selvittäminen

Asiakastyytyväisyyttä tulisi ajatella yhtenä mittarina yrityksen menestymismahdollisuuksille. Jokaisella asiakkaalla on hieman erilaiset odotukset yritysten palveluita kohtaan ja asiakaspalvelijan käsitys asiakastyytyväisyyteen vaikuttavista tekijöistä voi erota näistä hyvinkin paljon. Tämä tarkoittaa sitä, että ilman asiakastyytyväisyyden selvittämistä, yritys ei voi tietää siitä kaikkea. Asiakastyytyväisyyden selvittämiseen vaaditaan aina palautteen hankkimista asiakkaalta. (Pöllänen & Rope 1994, 58–59.)

Asiakastyytyväisyystutkimus on markkinointitutkimus, jolla organisaatio selvittää asiakkaan kokeman tyytyväisyyden yrityksen toimintaa kohtaan. Asiakastyytyväisyystutkimuksen onnistumista mittaavat erilaiset kriteerit. Validiteetti on yksi onnistumista mittaava asia. Validi tutkimus tarkoittaa, että asiakastyytyväisyystutkimus mittaa juuri niitä asioita, joita tutkimuksella halutaankin selvittää. Tähän vaikuttaa mm. tutkimuslomakkeen kysymysten muotoilu, valitut vaihtoehdot, ja kysymysten järjestys. Toinen kriteeri on reliabiliteetti eli tulosten pysyvyys ja luotettavuus. Tällä tarkoitetaan, että tulosten tulisi pysyä uudessa tutkimuksessa samana, mikäli asiakastyytyväisyys ei ole muuttunut. Tutkimuksen luotettavuutta heikentävät esimerkiksi liian pieni otos, liian pieni vastaamisprosentti ja kysymysten epäselvä muotoilu. (Pöllänen & Rope 1994, 83.)

Asiakastyytyväisyystutkimusta tehdessä on tärkeää sitouttaa henkilöstö mukaan tutkimukseen ja tiedottaa heitä tutkimuksen tavoitteista. Henkilöstöä kannattaa myös käyttää apuna tutkimuksen suunnittelemisessa, sillä henkilöstö on se, joka tuntee asiakkaan parhaiten. Myös tutkimustulokset on hyvä käydä läpi henkilöstön kanssa.

Tutkimuksesta saadaan paras mahdollinen hyöty, kun myös henkilöstö on sitoutunut siihen. (Ylikoski 199 & 199.)

#### 4.3 Asiakastyytyväisyystutkimuksen vaiheet ja tavoitteet

Asiakastyytyväisyydellä tarkoitetaan sitä, kuinka hyvin yritys on onnistunut vastaamaan asiakkaan odotuksiin. Asiakastyytyväisyyteen liittyy monia eri asioita, jotka vaihtelevat aloittain ja yrityksittäin. Asiakaspalvelu, palvelun laatu ja palveluodotukset ovat osa asiakastyytyväisyyttä (Economicin www-sivut 2015.) Asiakastyytyväisyydestä saadaan tietoa tutkimuksilla ja suoran palautteen muodossa. Asiakastyytyväisyystutkimuksen neljä päätavoitetta ovat tyytyväisyyteen vaikuttavien tekijöiden selvittäminen, asiakastyytyväisyyden tilan selvittäminen, kehitysehdotusten tuottaminen sekä kehittymisen seuranta. (Ylikoski 1999, 155–157.)

Asiakastyytyväisyystutkimus sisältää monta eri vaihetta (Kuvio 2), jotka kaikki ovat yhtä tärkeitä tutkimuksen onnistumisen kannalta. Jotta tutkimuksesta saadaan paras mahdollinen hyöty, on tärkeää että kaikki vaiheet käydään huolellisesti läpi. (Ylikoski 1999, 157; Dutka 1994, 14–15).



Kuvio 2. Asiakastyytyväisyyden tutkiminen prosessina (Ylikoski 1999, 157; Dutka 1994, 14–15).

Ensimmäinen vaihe asiakastyytyväisyyttä tutkittaessa on selvittää, mitkä tekijät saavat asiakastyytyväisyyden nousuun. Monet asiat vaikuttavat asiakastyytyväisyyteen ja nämä tekijät voivat vaihdella paljonkin eri organisaatioiden välillä. Kriittisten tekijöiden selvittäminen on tutkimuksen kannalta tärkeintä, sillä ne ovat suurimmassa roolissa asiakastyytyväisyyden muodostumisessa. Kriittisiä sekä muita asiakastyytyväisyyteen vaikuttavia tekijöitä selvitetään kvalitatiivisilla eli laadullisilla tutkimusmenetelmillä, esimerkiksi ryhmäkeskustelujen avulla. Vasta kun asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät on selvillä, on mahdollista toteuttaa hyödyllinen tutkimus. (Ylikoski 1999, 158–160.)

Seuraavassa vaiheessa ryhdytään laatimaan kyselylomaketta asiakkaille. Kyselylomakkeen avulla saadaan kvantitatiivista eli määrällistä tietoa asiakastyytyväisyydestä. Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavia tekijöitä on saatu selville ryhmäkeskusteluissa



ja niitä käytetään apuna kyselylomaketta luodessa. Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavia tekijöitä on kuitenkin paljon, joten kaikki eivät varmasti tule esiin keskusteluissa. Näitä tekijöitä on tämän vuoksi muistettava hakea myös muista lähteistä, jotta kyselylomakkeesta saadaan mahdollisimman kattava. (Ylikoski 1999, 160–162.)

Kun kyselylomake on saatu valmiiksi, suoritetaan tietojen keruu eli lähetetään kyselylomake asiakkaille ja analysoidaan kerätty aineisto. Analysoinnissa on hyvä käyttää tilastollisia menetelmiä, sillä niiden avulla saadaan helposti esille oleellinen, kun tietoa on paljon. Taulukot ja kuviot jäsentelevät tietoa hyvin ja antavat hyvän yleiskuvan tutkimustuloksista. Tutkimuksen tuloksena on tieto asiakastyytyväisyyden nykytilasta. (Ylikoski 1999, 165–166.)

Tutkimustulosten perusteella yrityksen tulee laatia toimenpidesuunnitelma. Nykytilan selvittämisen jälkeen tutkimuksen tavoitteena on saada tuloksissa selvinneitä negatiivisia asioita parannettua. Suunnitelmaa tehdessä tulee ottaa huomioon panostusten aiheuttavat kustannukset ja se, mihin asti panostusten tekeminen on kannattavaa.. Optimaalisessa tilanteessa tutkimustuloksia käytetään tehokkaasti hyväksi ja asiakastyytyväisyyden parantuminen kattaa moninkertaisesti seurannan kustannukset. Onnistunut tutkimus vaatii sekä henkilöstöltä että johdolta kykyä ja sitoutumishalua muutokseen. (Ylikoski 1999, 166–169.)

#### 4.4 Kyselylomakkeen laatiminen

Kun lähdetään laatimaan kyselylomaketta, tulee ottaa huomioon monia asioita: kysymysten ymmärrettävyys, tieto, yksiselitteisyys jne. (Vilpas 2016, 5). Alan kirjallisuuteen on hyvä tutustua ennen kyselylomakkeen laatimista. Tutkimusongelmaa tulee pohtia ja täsmentää, ennen kun aloitetaan kyselylomakkeen suunnittelu. Mikäli tutkimustavoitteet eivät ole kunnolla täsmennetty, lomakkeen kysymyksistä voi tulla täysin harhaanjohtavia. Kuten aiemmin on jo todettu, tutkimuksen onnistumisen kannalta on ehdotonta, että ennen kyselylomakkeen laatimista, on selvitetty tutkittavaan ilmiöön vaikuttavat tekijät. On mahdotonta mitata, jos ei tiedä mitä mittaa. (Heikkilä 2004, 47.)

Kyselylomaketta laadittaessa tulee kiinnittää huomiota muuhunkin kuin kysymysten muotoiluun. Vastaaja saattaa päättää esimerkiksi pelkän lomakkeen ulkonäön perusteella vastaako hän edes koko kyselyyn. Sen vuoksi on kiinnitettävä huomiota myös tällaisiin asioihin. On myös tärkeää miettiä, miten parhaiten kertoo tutkimuksen tarkoituksesta ja tavoitteista, jotta vastaamisesta tulisi asiakkaalle mahdollisimman houkuttelevaa. Jokin arvonta on usein hyvä houkutin, ja saa monet asiakkaat vastaamaan, vaikka he eivät muuten viitsisi käyttää aikaansa vastaamiseen. Lomakkeen laatimiseen tulee sisällyttää seuraavat vaiheet, jotta siitä saadaan mahdollisimman kattava ja asianmukainen:

- Tutkittavien asioiden nimeäminen
- Lomakkeen rakenteen suunnittelu
- Kysymysten muotoilu
- Lomakkeen testaus
- Lomakkeen rakenteen ja kysymysten korjaaminen
- Lopullinen lomake

(Heikkilä 2004, 48.)

Hyvä tutkimuslomake on selkeä, siisti ja houkuttelee lukijaansa vastaamaan siihen. Vastausohjeet ja kysymykset on oltava helposti tulkittavissa. Kysymykset tulee suunnitella todella huolellisesti, sillä huonosti muotoiltu kysymys saattaa johdatella vastaajaa ja jopa muuttaa kokonaan tämän lopullista vastausta. Kysymysmuodon lisäksi tulee olla tarkkana kysymysten järjestyksen kanssa, kyselyn tulee edetä loogisesti eikä vaihdella aihealueesta toiseen. Mikäli kysely on pitkä, saman aihepiirin kysymyksillä voi olla otsikot, jotka jäsentävät lomaketta. Täytyy kuitenkin olla tarkkana, ettei lomake ole liian pitkä, jotta vastaaja jaksaa täyttää sen huolella loppuun asti. Muutamia kontrollikysymyksiä voi myös sisällyttää lomakkeeseen, jotta vastausten luotettavuudesta voidaan varmistua. (Heikkilä 2004, 47–49.)

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa käytetään usein avoimia kysymyksiä. Kun tehdään kvantitatiivista tutkimusta, aineiston kyselylomakkeessa on usein käytössä strukturoidut eli suljetut kysymykset. Tämä tarkoittaa sitä, että kysymyksiin on annettu valmiit vastausvaihtoehdot, joista vastaaja valitsee sopivan/sopivat. Suljettujen ky-

symysten tarkoituksena on helpottaa tulosten käsittelyä. Vastaaminen on myös helpompaa, mikäli lomakkeessa on valmiit vaihtoehdot ja näin saadaan todennäköisesti suurempi vastausprosentti ja rehellisempi vastaus. Suljetuissa kysymyksissä täytyy olla tarkkana, ettei vaihtoehtojen lukumäärä ole liian suuri. Vastausvaihtoehtoista täytyy löytyä kuitenkin kaikille sopiva ja niiden tulee olla toisensa poissulkevia. Suljetuissa kysymyksissä tutkimuksen luotettavuus saattaa kärsiä, sillä vastaukset voidaan antaa harkitsematta tai huonosti muotoillut kysymykset saattavat johdatella vastaajaa. (Heikkilä 2004,49–51.)

## 5 TILITOIMISTOALA

### 5.1 Tilitoimistoalan kehitys

Tilitoimisto on yritys, joka tarjoaa asiakkailleen taloushallinnon palveluita suomalaisen lainsäädännön puitteissa. Palveluihin kuuluvat tilinpäätös ja juokseva kirjanpito, palkanlaskenta, ja sekä ulkoinen että sisäinen laskenta. (Taloushallintoliiton www-sivut 2015.) Mikäli yrittäjä kokee kirjanpidon haasteellisenä, on parempi ratkaisu ulkoistaa palvelu alan ammattilaisille. Tilitoimiston ja asiakkaan välillä on oltava molemminpuolinen luottamus. Yhteistyö on tiivistä, suunnitelmallista ja pitkäjänteistä. (Tilitoimistojen www-sivut 2016.) Suomessa toimii tällä hetkellä 4333 tilitoimistoa ja ne työllistävät yli 12 000 henkilöä. Auktorisoituja tilitoimistoja on noin 800. Tilitoimistojen koko vaihtelee yhden hengen toimistoista jopa 50 henkilöä työllistäviin toimistoihin. (Taloushallintoliiton www-sivut 2015.)

Perinteisesti tilitoimistojen tehtävänä on ollut tositteiden kirjaus ja raporttien ajo. Mikäli alv-kirjaukset olivat virheettömät ja ajan tasalla, kirjanpitäjä oli onnistunut työssään. Kirjanpitäjän työ oli verottajan aikataulujen ja vaatimusten puitteissa tehtyjen tietojen taltioimista ja raporttien tekemistä. (Hilla 2015.) Kirjanpitäjän tehtävä on muuttunut paljon viimeisten vuosikymmenien aikana. Nykyään kirjanpitäjä on usein yrittäjälle myös taloudellinen neuvonantaja. Tietotekniikan kehitys on mahdollistanut kirjanpitäjän siirtymisen palvelevampaan rooliin. Kirjanpitäjä analysoi asiakkaidensa liiketoimintaa, konsultoi asiakasta yrityksen tilasta sekä antaa neuvoja tilanteen ke-

hittämiseksi. Tämä tarkoittaa, että asiakaspalvelun rooli kirjanpitäjän työssä on korostunut entisestään. (Talousverkon www-sivut 2014.) Kirjanpitäjän työstä on tullut myös paljon tehokkaampaa. Ennen tehtiin paljon kahdenkertaista työtä esimerkiksi tiliöimällä ensin kaikki tositteet, minkä jälkeen yksi henkilö tallensi ne koneelle. Sähköpostin käytön yleistyminen on mullistanut tositteiden ja tulosteiden siirron tilitoimiston ja asiakkaan välillä. (Joutseno sähköposti 11.1.2016.)

Talouden alamäki on vaikuttanut kuitenkin myös tilitoimistoihin ja se hidastaa niiden kasvua. Hintakilpailu on kovaa, yritykset haluavat käyttää yhä vähemmän rahaa kirjanpitoon. Muuttuvassa työympäristössä tilitoimistojen tulee kiinnittää entistä enemmän huomiota hinnoitteluun. Tuntiperusteinen hinnoittelu ei palvelujen automatisoituessa ole enää välttämättä kannattavaa. Tilitoimisto voi vaihtoehtoisesti ottaa käyttöön kuukausiveloitukset tai lisäarvoa tuottavat hinnoittelumallit. Kiinteällä palveluhinnalla asiakas voi joko valita haluamansa palvelut tai tilitoimisto voi koota asiakkaalle palvelupaketin. Asiakkaalle ei koidu yllättäviä kuluja, vaan hinta pysyy koko ajan samana. Lisäarvoa tuovassa hinnoittelumallissa hinnoittelu tapahtuu sen mukaan, kuinka paljon arvoa palvelu tuottaa asiakkaalle. (Visman www-sivut 2016.)

## 5.2 Tilitoimistojen palvelutarjonta

Tilitoimistojen tarjoamat palvelut voidaan jakaa neljään osa-alueeseen: tilinpäätös ja juokseva kirjanpito, palkanlaskenta, ulkoinen laskenta sekä johdon laskentatoimi. Tilitoimistojen tärkeimpiä palveluja näistä ovat juokseva kirjanpito ja tilinpäätös. Juoksevalla kirjanpidolla tarkoitetaan liiketapahtumien ja tositteiden kirjauskäsittelyä, lakisääteisiä viranomaisraportteja sekä veroilmoituksia. Useasti tilitoimisto hoitaa juoksevan kirjanpidon ohella myös palkanlaskut ja työnantajasuoritukset. Palvelu sisältää laskelman sekä viranomaisilmoitukset. Tilitoimistosta riippuen usein on tarjolla myös lisäpalveluja, kuten esim. kela-hakemukset tai sairauslomapäivien erillisseuranta. Ulkoisella laskennalla tarkoitetaan maksatusta, palkanlaskentaa sekä myyntien ja ostolaskujen käsittelyä. (Taloushallintoliiton www-sivut 2015.)

Monet tilitoimistot pitäytyvät vielä peruspalvelumallissa ja jättävät asiakkaalle enemmän lisäarvoa tuottavat palvelut pois. Syynä tähän on usein ajanpuute. Asiak-

kaat eivät myöskään välttämättä tiedosta tarvitsevansa tilitoimistolta muuta kuin peruskirjanpito palvelut. Asiakkaiden odotukset ovat kuitenkin olleet muuttumassa jo pitkän aikaa. Taloushallintoliitto teki vuonna 2007 tutkimuksen selvittääkseen mitkä tekijät vaikuttavat eniten asiakkaan tyytyväisyyteen tilitoimistossa. Tärkeimpänä asiakkaat pitivät sitä, kuinka tilitoimisto konsultoi ja neuvoo asiakastaan. (Ahvenniemi 2008, 59–60.)

Sisäisen laskennan palveluiden yleistyessä tilitoimistoalalla, monen kirjanpitäjän rooli onkin lähempänä asiakkaan taloudellista neuvonantajaa kuin kirjanpitäjää. Nykypäivän kirjanpitäjät auttavat asiakkaitaan liiketoiminnan suunnittelussa ja mm. erinäisissä kannattavuuslaskelmissa. Kirjanpitäjä auttaa yrittäjää saamaan kokonaisvaltaista ja hyödyllistä tietoa yrityksen talouden tilasta ja tulevaisuuden näkymistä. (Taloushallintoliiton www-sivut, 2015.)

Muuttuneet asiakastarpeet ajavat tilitoimistoja monipuolistamaan palveluitaan (Talenomin www-sivut 2016). Taloushallintoliitto on tehnyt tutkimuksen, jonka mukaan kuitenkin tällä hetkellä tilitoimistojen palvelut ovat vielä pääpiirteittäin juoksevaa kirjanpitoa, verotusta ja palkanlaskentaa (Ahvenniemi 2008, 59). Muutosta on kuitenkin tapahtumassa, ja monet tilitoimistot laajentavatkin palveluitaan asiakastarpeiden kehittyessä (Talenomin www-sivut 2016). Vanhojen palveluiden lisäksi monet tilitoimistot tarjoavat nykypäivänä myös seuraavia palveluita:

- Maksatusprosessin tuki
- Myyntireskontran hallinta
- Liiketoiminnan hallintaraportit
- Varastohallinnan analyysit ja neuvonta
- Projektinhallinnan neuvonta ja valvonta
- Verkkolaskutus ja sähköiset työnkulut
- Konsultointi ja suorituskyvyn hallinta
- Strateginen- ja turvallisuusneuvonta

Uusilla palvelumahdollisuuksilla tilitoimistot pystyvät erottautumaan kilpailijoistaan ja vahvistamaan asemaansa. Uudet palvelut vaativat kuitenkin tilitoimistolta paljon

resursseja, esimerkiksi työntekijöiden koulutukseen, mikä estää monia tilitoimistoja vielä siirtymästä uudistuneeseen palvelumalliin. (Visman www-sivut 2016.)

Vaikka tilitoimistoala on kehittynyt hurjasti viime vuosien aikana, on myös paljon asiakkaita, jotka odottavat tilitoimistolta ainoastaan lain vaatimaa peruskirjanpitoa, eivätkä kaikki halua siirtyä esimerkiksi sähköiseen taloushallintoon. (Joutseno sähköposti, 11.1.2016.) Tämä voi johtua siitä, että monet pk-yritykset pitävät kirjanpitoa vain yrityksen velvollisuutena, vaikka se pitäisi nähdä johtamisen apuvälineenä (Metsä-Tokila 2011, 36).

### 5.3 Sähköistyminen tilitoimistoalalla

Sähköinen taloushallinto tarkoittaa uutta, nopeampaa, helpompaa ja halvempaa tapaa huolehtia yrityksen taloudesta. Verkkolaskutus, automatisoidut tiliöinnit ja sähköinen arkisto ovat osa sähköistä taloushallintoa. Suurena osana tähän kuuluu myös asiakkaan ja kirjanpitäjän yhteinen järjestelmä, joka toimii selaimessa. Asiakas saa järjestelmän avulla reaaliaikaista tietoa internetin välityksellä yrityksensä talouden tilasta. Työnjaosta sopiminen kirjanpitäjän kanssa helpottuu, kun asiakkaalla on pääsy samoihin tietoihin. Asiakas saa sähköisen ohjelmiston avulla myös tarkemman kuvan yrityksensä talouden tilasta ja tilitoimisto saa tehostettua omaa työtään. (Helanto, Kaisaniemi, Koskinen, Kuntola & Siivola 2013, 28–32.)

Paperilaskujen käsittely on aikaa ja rahaa vievää, sillä se sisältää lukuisia työvaiheita. Virheiden mahdollisuus kaksinkertaistuu ja työ on tehotonta. Taloushallinnon palveluiden sähköistyminen lisää tehokkuutta tilitoimistojen toiminnassa, ja mahdollistaa nopean tiedonkulun kaikkien osapuolten välillä. Sähköistymisen myötä asioita voidaan tilitoimistoissa hoitaa jouhevasti, eikä kirjanpitäjän tarvitse odottaa tositteita kuun loppuun. Sähköistyminen mahdollistaa raporttien ajantasaisen lähettämisen sekä sen, että tiedot pysyvät kaiken aikaa ajan tasalla. (Helanto ym. 2013, 12–13.)

2010-luvulla taloushallinnon palveluiden sähköistyminen on nopeutunut merkittävästi. Sähköistyminen ei koske ainoastaan verkkolaskutusta, vaan myös ostolaskujen skannaus, konekielisen tiliotteen vastaanotto sekä sähköinen maksuliikenne ovat osa

muuttuvaa taloushallintoa. Viranomaisilmoitusten lähettäminen käy kätevimmin sähköisesti ja aikarajatkin ovat pidemmät, kun toimitaan verkossa eikä aikaa menee postitukseen. Sähköinen arkistointi säästää sekä kirjanpitäjien että yrityksen aikaa, rahaa ja tilitoimistojen varastotiloja. (Helanto ym. 2013, 13–15.)

Sähköistymisen avulla kirjanpitäjien resursseja vapautuu esimerkiksi talouden ohjaukseen ja prosessien tehostamiseen. Asiakasyrityksen kannalta tämä tarkoittaa sitä, että johto saa tilitoimistolta paremmat eväät yrityksen talouden ymmärtämiseen ja seuraamiseen. Kun johto on enemmän perillä yrityksen talouden tilasta, he myös usein kiinnostuvat siitä enemmän. Tämä tarkoittaa lisääntyvää yhteydenpitoa tilitoimiston kanssa, jolloin neuvonantajan rooli korostuu entisestään. (Helanto ym. 2013, 22–23.)

Vaikka suurin osa tilitoimiston sähköistymisen vaikutuksista onkin positiivisia, vaatii sähköistyminen tilitoimistolta myös paljon aikaa, vaivaa ja rahaa. Tämän vuoksi monet tilitoimistot pitäytyvätkin vielä vanhoissa palvelumalleissa. Muuttuva työnkuva tarkoittaa, että kirjanpitäjien tulee opetella uusia työtapoja ja tämä vaatii kouluttautumista. Monet asiakkaatkin haluavat pitäytyä vanhoissa hyväksi todetuissa palvelumalleissa, eivätkä siirtyä sähköiseen taloushallintoon. (Helanto ym. 2013, 17–18.) Kuitenkin suurten yritysten keskuudessa sähköinen taloushallinto on jo ns. kirjoittamaton sääntö ja tämä pakottaa hitaasti, mutta varmasti myös pk-yrityksiä sähköistymään (Metsä-Tokila 2011, 40).

#### 5.4 Asiakkuudenhallinta tilitoimistoalalla

Asiakaspalvelussa on tärkeää luoda palveluhenkinen ilmapiiri, jolloin asiakkaan on helppo tehdä päätöksiä. Hyvä asiakaskokemus koostuu säännöllisestä yhteydenpidosta, asioimisen helppoudesta sekä selkeästä palvelukokonaisuudesta. (Selin & Selin 2013, 202.) Tilitoimistotyössä ammattitaito, molemminpuolinen luottamus ja aika-tilauksissa pysyminen ovat asiakkuudenhallinnan kulmakiviä (Joutseno sähköposti, 11.1.2016).

Kirjanpitäjien on nykypäivänä oltava asiakaspalvelun ammattilaisia, tai tilitoimisto voi menettää asiakkaitaan hyvinkin nopeasti. Kirjanpitäjän on osattava rakentaa hyvä ja luotettava suhde asiakkaaseen, jotta asiakasuskollisuus säilyy. Asiakkaiden menettäminen ei yleensä johdukaan kirjanpitäjän ammattitaidottomuudesta, vaan on merkki siitä, että kirjanpitäjä ei osaa kommunikoida tehokkaasti asiakkaan kanssa. (Desouza 2010.) Nigel Bowen on listannut 10 tapaa tarjota poikkeuksellisen hyvää asiakaspalvelua tilitoimiston asiakkaille. Näiden asioiden toteuttaminen vaatii tietenkin yritykseltä paljon, mutta niiden avulla yrityksellä on mahdollisuus kasvaa ja tuottaa.

1. Luo palveluhenkinen ilmapiiri
2. Tarjoa saumattoman hyvää palvelua
3. Kommunikoiki asiakkaan kanssa
4. Ole avoin siitä, mitä veloitat
5. Ole joustava maksujen kanssa
6. Pyri tekemään vielä paremmin kuin mitä olet luvannut
7. Kunnioita asiakkaan aikaa
8. Tee enemmän kuin kilpailijasi
9. Kohtelee jokaista asiakasta tärkeimpänä asiakkaana
10. Pyydä palautetta

(Bowen 2014.)

Asiakkuudenhallinnassa tärkeintä on muistaa nykyiset asiakkaat ja näiden asiakassuhteiden ylläpito. Monet yritykset yrittävät hankkia uusia asiakkaita laiminlyömällä vanhoja. Tilitoimistoalalla tämä on yksi suurimmista virheistä, minkä yrittäjä voi tehdä. Wall Street Journalin mukaan 68 % tilitoimiston asiakkaista vaihtaa kirjanpitäjäänsä sen perusteella, miten häntä on kohdeltu. Jotta asiakkaat saadaan pidettyä yrityksessä, asiakassuhteiden ylläpitäminen tulee olla tilitoimiston ensisijainen tehtävä. Yksi tärkeimmistä asioista asiakassuhteen ylläpitämisessä on säännöllinen kommunikointi asiakkaan kanssa. Kommunikoimalla asiakkaan kanssa säännöllisin väliajoin, kirjanpitäjä osoittaa hänelle, että yrityksessä välitetään kuinka hänen asiansa ovat. Tämä antaa myös asiakkaalle mahdollisuuden kysyä kysymyksiä, tai ilmoittaa muutoksista jne. Tärkeintä on saada asiakas tuntemaan itsensä arvostetuksi, jolloin asiakas pysyy tyytyväisenä ja kokee saavansa tarvitsemaansa palvelua. On myös



tärkeää, että kommunikointi on selkeää. On tärkeää että asiakas ymmärtää sinua, mutta asiakkaan tulee myös tietää, että sinä ymmärrät häntä. Asiakas jakaa kirjanpitäjänsä kanssa tärkeitä tietoja, ja kun näytät hänelle että ymmärrät nämä asiat, hän tuntee että hänen hyvinvoinnistaan välitetään. Kun kommunikointi asiakkaan kanssa on selkeää ja säännöllistä, kirjanpitäjä saa hyvän kuvan asiakkaan tarpeista ja toiveista. Tämän perusteella kirjanpitäjä pystyy kertomaan millaisia palveluja tilitoimistolla on tarjota juuri tälle asiakkaalle ja löytää näin asiakkaan kanssa sopivat palvelumallit. Monet asiakkaat saattavat olla epätietoisia esimerkiksi tilitoimistojen tarjoamista neuvonta- ja konsultointipalveluista, ja siksi jättää nämä palvelut hyödyntämättä. Asiakkuudenhallintaan käytettävät keinot kuulostavat kaikki melko yksinkertaisilta ja pieniltä asioilta, mutta niillä on valtava vaikutus asiakastyytyväisyyteen ja –uskollisuuteen. (Stockton 2014.)

## 5.5 Hyvä tilitoimisto

Hyvän tilitoimiston tunnusmerkkejä ovat ammattitaitoisuus, asiakaslähtöisyys ja digitaalisuus. Tilitoimiston henkilöstön tulee olla ammattitaitoisuudessaan ajan tasalla lähes alati muuttuvassa toimintaympäristössä. Asiakaspalvelutaidot ovat suuressa roolissa: tilitoimiston tulee olla asiakkaan kanssa samalla aaltopituudella, jotta yhteistyö sujuu. Hyvän tilitoimiston rooli on muutakin kuin tietojen tallettamista ja viromaisilmoitusten tekemistä. (Hilla 2015.) Hyvä tilitoimisto on jatkuvassa vuorovaikutuksessa asiakkaan kanssa, se raportoi, selittää ja ohjaa. Pelkät numerot eivät riitä, on saatava asiakas myös ymmärtämään mitä numerot tarkoittavat käytännössä ja mistä ne tulevat. Neuvonantajana toimimisella tarkoitetaan esimerkiksi sitä, että asiakkaalle annetaan ehdotuksia, miten tilannetta tai ongelmakohtia voitaisiin lähteä parantamaan ja mistä ongelmatilanteet saattavat johtua. Hyvä tilitoimisto auttaa yrittäjää huolehtimaan myös tämän henkilökohtaisesta taloudestaan. (Pohjanmaan ekonomitoimiston www-sivut 2013.)

Hyvässä tilitoimistossa työskentelee koulutettuja kirjanpidon ammattilaisia. Laskentaosaaminen ja kirjanpitoon liittyvien ohjelmien hallinta ovat välttämättömyys arvostetulle kirjanpitäjälle. Kuitenkin nykypäivänä hyvältä kirjanpitäjältä odotetaan myös asiakasvalmiutta, sosiaalisia taitoja, myyntitaitoja sekä konsultointitaitoja. Kirjanpi-

täjien jatkuva kouluttaminen onkin hyvän tilitoimiston elinehto. (Metsä-Tokila 2011, 38.)

Yksi hyvän tilitoimiston tunnusmerkki on, että se on auktorisoitu taloushallintoliiton jäsen. Taloushallintoliitto on tarkastanut auktorisoidun tilitoimiston osaamisen, järjestelmät ja toimintamallit. Auktorisointi on merkki siitä, että tilitoimiston henkilöstö on ammattitaitoinen, luotettava ja vakavarainen. (Pohjanmaan ekonomitoimiston www-sivut 2013.) Myös kirjanpitäjän KLT-tutkinto kertoo ammattitaidosta ja KLT-tutkinnon suorittanut vastuuhenkilö onkin edellytys tilitoimiston auktorisoinnille. (Taloushallintoliiton www-sivut 2015.)

## 6 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

### 6.1 Asiakastyytyväisyystutkimus Tilipalvelu Joustava Oy:ssä

Tilipalvelu Joustava Oy on vuonna 1993 perustettu Nummelassa toimiva tilitoimisto. Tilitoimistossa työskentelee kuusi alan ammattilaista. Joustava tarjoaa monia palveluja yrityksilleen kirjanpidon ja laskutuksen ohella. Tarjolla on verotus- ja verosuunnittelupalveluita, palkanlaskentaa ja yhtiöoikeudellisia palveluita. Yritys tarjoaa myös palveluitaan sähköisesti ja sähköisen käyttöliittymän avulla asiakkailla on aina käytettävissä ajantasaiset tiedot helposti ja nopeasti. Asiakaskunta koostuu lähinnä pienistä yrityksistä, mutta yrityksiä on monilta eri aloilta. Asiakkaina on kaupan-, rakennus- ja palvelualan yrityksiä. (Tilipalvelu Joustava Oy:n www-sivut 2015.)

Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisena kyselytutkimuksena. Tämä tutkimustapa valittiin, koska sen avulla tutkimuskohteesta saadaan helposti jäsenneltävää lukumääriin perustuvaa tietoa, mikä helpottaa tulosten analysointia. Tilipalvelu Joustavan asiakkaille laadittiin asiakastyytyväisyyskysely www-kyselynä, joka koostui pääosin monivalintakysymyksistä. Suurimmassa osassa kysymyksistä oli siis valmiit vastausvaihtoehdot. Osaan kysymyksistä lisättiin myös mahdollisuus täydentää vastausta, jotta vastauksista saatiin mahdollisimman kattavia. Monessa kohdassa oli myös ”En

osaa sanoa”- vaihtoehto, jotta kukaan asiakkaista ei jättäisi kyselyä kesken yhden hankalan kysymyksen vuoksi.

Tutkimustavaksi valittiin sähköinen kyselylomake, jotta tulosten käsittely olisi mahdollisimman helppoa ja jotta vastaaminen olisi asiakkaalle mahdollisimman vaivatonta. Kysely tehtiin Satakunnan ammattikorkeakoululla käytössä olevalla E-lomakemillisellä ohjelmalla. Tilitoimistolle on vuonna 2014 tehty myös asiakastytyväisyyskysely, mutta tutkimuksen seuranta jäi silloin toteuttamatta ja vastausprosentti-kin oli valitettavan pieni. Tämän vuoksi haluttiin kiinnittää erityistä huomiota siihen, että kyselyyn vastaaminen olisi mahdollisimman vaivatonta, jotta useampi asiakas vastaisi kyselyyn ja tuloksista saataisiin luotettavammat. Kyselyyn vastaaminen tapahtui nimettömänä.

Tutkimuksen kohderyhmänä olivat kaikki tilitoimiston asiakkaat, joilla oli käytössään sähköposti. Näitä asiakkaita oli 139, joten kohderyhmä oli sopivan kokoinen. Asiakkaita, joilla ei ollut sähköpostia, oli vain kymmenen, joten tämä ei vaikuttanut otoksen kokoon merkittävästi. Asiakkaista 64 vastasi kyselyyn eli vastausprosentiksi saatiin 46 %. Tätä voidaan pitää hyvänä vastausprosenttina ja kyselyn tulokset antavatkin hyvän yleiskuvan tilitoimiston asiakastytyväisyydestä.

## 6.2 Kyselylomakkeen suunnittelu ja testaus

Kyselylomakkeen suunnittelu aloitettiin tutustumalla alan kirjallisuuteen. Apuna käytettiin myös Theseuksesta löytyviä opinnäytetöitä, joissa oli tehty asiakastytyväisyystutkimus tilitoimistolle. Nämä antoivat vähän suuntaa kyselylomakkeen sisällölle. Ennen kysymysten miettimistä tuli selvittää asiakastytyväisyyteen vaikuttavia tekijöitä. Kaikilla tilitoimiston työntekijöillä on monen vuoden kokemus kirjanpitäjän työstä tilitoimistossa. Tilitoimiston työntekijöiden mukaan asiakastytyväisyyteen vaikuttavia tekijöitä ovat tilitoimiston luotettavuus, asiantuntemus ja yhteistyökyky. Hyvä tilitoimisto huomioi asiakkaan ja tarjoaa hyvää, ammattitaitoista asiakaspalvelua. Hyvä kirjanpitäjä osaa vastata asiakkaan kysymyksiin asiantuntevasti, mutta myös selvittää asiakkaalle vastaukset, mikäli ei itse niitä tiedä. Kirjanpitäjien tietojen ja koulutuksen tulee myös olla ajan tasalla alati muuttuvassa toimintaympäristös-

sä. Monet asiakkaat arvostavat tilitoimiston joustavuutta, mikä toivottavasti toteutuu kohdeyrityksenkin palveluissa, kun nimikin (Tilipalvelu Joustava Oy) niin lupaa. Asiakkaat arvostavat myös, että jokaisen asiakkaan kirjanpitoa hoitaa vain yksi henkilö. (Henkilökohtainen tiedonanto 9.3.2016. Artola, Joutseno, Kerola, Metsäranta & Otava.) Näiden tekijöiden pohjalta lähdettiin suunnittelemaan kyselylomaketta ja pyrittiin selvittämään toteutuvatko nämä asiat Tilipalvelu Joustava Oy:n toiminnassa.

Kysymyksiä suunniteltaessa pyrittiin lyhyeen ja helposti ymmärrettävään esittämistapaan. Samaan aikaan piti tietysti muistaa, että kyselyn tuli olla myös kattava, jotta tutkimuksesta olisi hyötyä. Kysely valmistui lopulliseen muotoonsa opinnäytetyön tekijän, tilitoimiston työntekijöiden ja ohjaavan opettajan yhteistyöllä.

Kysymyksiä oli kaiken kaikkiaan 24 kappaletta, joista neljä oli tarkoitettu vain palkanlaskennan palveluita käyttäville asiakkaille. Pelkkään palkanlaskentaan liittyvä osio lisättiin kyselyyn tilitoimiston pyynnöstä. Tämä osio näkyi vain niille vastaajille, jotka valitsivat palkanlaskennan palvelut käytössä olevien palveluiden listasta. Muiden vastaajien kysely koostui siis 20 kysymyksestä. Suurin osa kysymyksistä oli monivalintakysymyksiä, jotta vastaaminen olisi mahdollisimman helppoa ja nopeaa. Myös tulosten käsittely ja analysointi olisi vaivattomampaa monivalintakysymyksien kohdalla. Loppuun lisättiin vielä mahdollisuus antaa vapaata palautetta mistä tahansa tilitoimistoon liittyvästä sekä mahdollisia kehitysehdotuksia.

Kun kysymykset oli saatu valmiiksi, lomake oli vielä testattava. Kysely oli tehty E-lomake-ohjelmalla lopulliseen muotoonsa (Liite 2). Ohjelmassa pystyi hyvin testaamaan kyselyyn vastaamista ja poistamaan testivastaukset jälkeenpäin. Myös kysymysten ja kyselyn muokkaaminen onnistui vielä julkaisun ja testaamisen jälkeen helposti. Testivaiheessa tärkeimpänä oli saada selville kyselyn täyttämiseen kuluva aika. Aika oli hyvä saada kerrottua saatekirjeessä, jotta asiakkaat tietäisivät, että kyselyyn vastaamiseen ei mene kauaa. Testivaiheessa tarkastettiin myös, että kysymysten muotoilu ei johdattele vastaajaa, ja että kysymykset ovat helposti ymmärrettävissä. Lomake testattiin yhdessä tilitoimiston työntekijöiden kanssa.

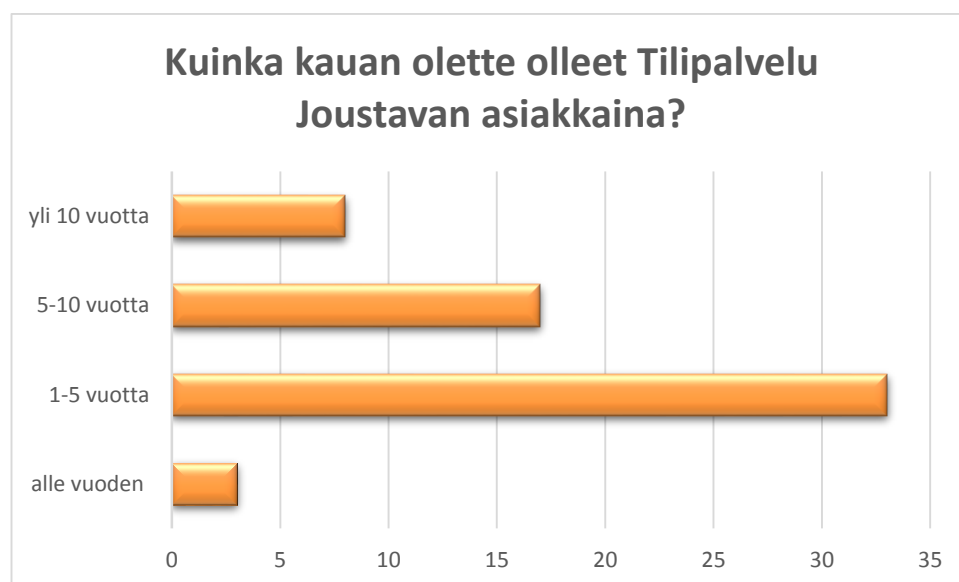
Kyselylomake lähetettiin asiakkaille 23.3.2016. Vastausaikaa oli 14 vuorokautta eli 6.4.2016 asti. Vastausajan aikana asiakkaille lähetettiin kaksi muistutusviestiä (Liite

3 ja Liite 4), jotta mahdollisimman moni asiakas muistaisi vastata kyselyyn. Asiakastytytvyisyyskysely lähetettiin kaikille niille tilitoimiston asiakkaille, joilla on käytössään sähköposti. Näitä asiakkaita oli 139 kappaletta. Asiakkaista 64 vastasi kyselyyn, eli vastausprosentiksi saatiin 46 %.

## 7 TUTKIMUKSEN TULOKSET

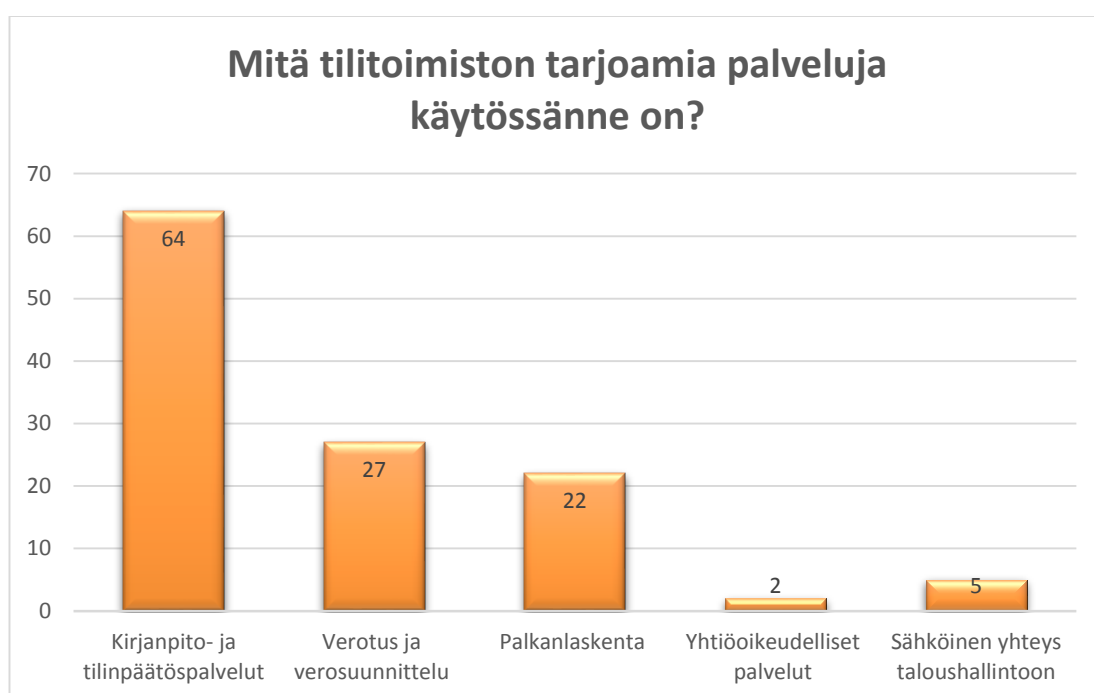
### 7.1 Asiakkaiden taustatiedot

Kyselyn alussa kysyttiin vastaajan taustatietoja asiakkuuteen liittyen. Ensimmäisessä kysymyksessä kysyttiin asiakkuuden kestoa (Kuvio 3). Tilitoimiston työntekijät olivat toivoneet tätä kysymystä, jotta nähtäisiin onko asiakkuuden kestolla vaikutusta johonkin vastauksiin. Suurin osa kyselyyn vastaajista oli asioinut tilitoimistossa jo ainakin yli vuoden, ja myös yli viisi vuotta asioineita asiakkaita oli paljon. Vain kolme vastaajaa oli alle vuoden tilitoimistossa asioineita. Vastaajilla on siis pitkäaikainen kokemus tilitoimiston palveluista ja asiakaspalvelusta, mikä tuo kyselyn tuloksiin luotettavuutta.



Kuvio 3. Asiakkuuden kesto

Seuraavaksi vastaajilta tiedusteltiin käytössä olevia palveluita tilitoimistossa (Kuvio 4). Tämä kysymys laitettiin kyselyyn pääosin sen takia, että saadaan jaoteltua erikseen palkanlaskennan palveluita käyttävät asiakkaat. Kysely sisälsi oman osionsa vain palkanlaskennan palveluita käyttäville asiakkaille. Tilitoimisto oli toivonut saavansa asiakkaiden mielipiteitä palkanlaskennan palveluista, sillä heidän palkanlaskijansa oli vasta hiljattain alkanut työskennellä Tilipalvelu Joustava Oy:ssä. Saman kysymyksen avulla haluttiin myös selvittää, kuinka monella vastaajalla on käytössään sähköisen taloushallinnon palvelut.



Kuvio 4. Käytössä olevat palvelut

Viimeisenä asiakkuus-osiossa kysyttiin, mistä asiakas on saanut tiedon tilitoimiston palveluista. Suurin osa asiakkaista oli saanut tiedon tilitoimiston kotisivuilta tai tuttavalta. Pari vastaajaa oli saanut tiedon lehti-ilmoituksen avulla. Kysymyksessä oli myös vastausvaihtoehtona “muualta, mistä?”. Tähän kohtaan oli lisätty seuraavia vastauksia: puhelinluettelosta, netistä, henkilökohtaisen myyntityön kautta ja toimiston ohi kävellessä.

## 7.2 Palkanlaskennan palvelut

Palkanlaskentaosio tuli näkyviin vain niille vastaajille, jotka olivat valinneet käytössä olevista palveluista palkanlaskennan palvelut. Osio sisälsi neljä kysymystä liittyen palkanlaskentaan. Ensimmäisessä kysymyksessä kysyttiin, toimiiko tiedottaminen palkkoihin liittyvissä asioissa. Suurin osa kyselyyn vastaajista oli tyytyväinen tiedottamiseen palkanlaskennan asioissa (Kuvio 5).



Kuvio 5. Tiedottaminen palkanlaskentaan liittyvissä asioissa

Seuraava kysymys koski palkanlaskijan osa-aikaisuutta. Tilitoimistossa haluttiin tietää onko palkanlaskijan osa-aikaisuus vaikeuttanut asioiden hoitamista palkanlaskennan osalta. Vastauksista selviää, että asiakkaiden mielestä asiat hoituvat hyvin palkanlaskijan osa-aikaisuudesta huolimatta (Kuvio 6).



Kuvio 6. Palkanlaskijan osa-aikaisuus

Seuraavassa kysymyksessä haluttiin selvittää kokevatko palkanlaskennan palveluita käyttävät asiakkaat saavansa palkanlaskennasta tarpeeksi tukea, esimerkiksi Kelan palkkoja koskevien asioiden hoidossa (Kuvio 7). Kuviosta selviää, että asiakkaat ovat pääosin tyytyväisiä palkanlaskennasta saamaansa tukeen.



Kuvio 7. Palkanlaskennan tuki

Kyselyssä haluttiin myös selvittää, puuttuuko asiakkaiden mielestä jokin palkkoja koskeva palvelu Tilipalvelu Joustava Oy:n tarjonnasta. Asiakkaista 91 % oli sitä



mieltä, että mitään palkkoja koskevaa palvelua ei puutu tarjonnasta. Kaksi asiakasta oli vastannut, että jokin palvelu puuttuu, mutta kumpikaan heistä ei ollut tarkentanut, mitä ovat jääneet kaipaamaan. Ainoastaan tiedottamiseen liittyviä asioita oli toivottu kehitettävän. Vastausten perusteella voitiin todeta, että palkanlaskennan palvelutarjonta on Tilipalvelu Joustava Oy:llä kunnossa.

Seuraavassa kysymyksessä tiedusteltiin, ovatko asiakkaat tyytyväisiä yhteistyöhön palkanlaskijan kanssa. Tämäkin osio sai positiiviset vastaukset ja vain yksi vastaajista sanoi olevansa tyytymätön yhteistyöhön. Yksi vastaaja lisäsi kuitenkin vielä kehitysehdotuksen, vaikka oli vastannut olevansa tyytyväinen yhteistyöhön. Asiakas toivoi: *"Aktiivisempaa neuvontaa "konsultointia" miten kannattaisi toimia, kustannuksista, yksinyrittäjän palkan vs. muiden etujen maksusta yms. yrityksen toimintaan liittyvään"*.

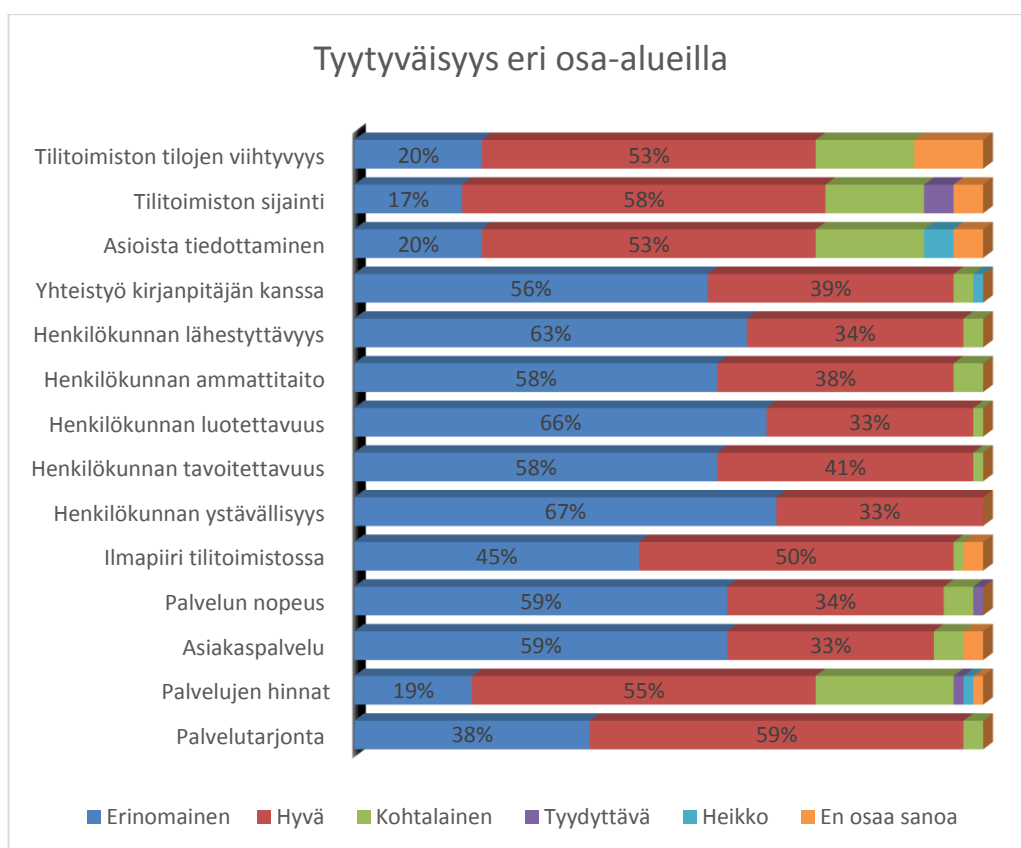
Palkanlaskennan osalta tulokset olivat todella hyvät ja suurin osa asiakkaista on tyytyväisiä palkanlaskennan palveluihin, tiedottamiseen ja palkanlaskijaansa. Tässä asiassa ei siis jäänyt parantamisen varaa tai löytynyt kehityskohteita.

### 7.3 Asiakkaiden tyytyväisyys eri osa-alueisiin

Yleisen asiakastyytyväisyyden osiossa vastaajan tuli arvioida tilitoimiston eri osa-alueita asteikolla: erinomainen – hyvä – kohtalainen – tyydyttävä – heikko. Kysymykseen pyrittiin sisällyttämään kaikkia tilitoimiston asiakastyytyväisyyden eri osa-alueita, jotta se antaisi hyvän yleiskuvan asiakkaiden mielipiteistä (Taulukko 2 ja Kuvio 8). Vastaukset on ensin esitetty prosenttiosuuksina (Taulukko 2) ja sen jälkeen vielä palkkikaaviona (Kuvio 8).

Taulukko 2. Asiakastyytyväisyys prosenttiosuuksina eri osa-alueilla

	Erinomainen	Hyvä	Kohtalainen	Tyydyttävä	Heikko	En osaa sanoa
Palvelutarjonta	38 %	59 %	3 %	0 %	0 %	0 %
Palvelujen hinnat	19 %	55 %	22 %	2 %	2 %	2 %
Asiakaspalvelu	59 %	33 %	5 %	0 %	0 %	3 %
Palvelun nopeus	59 %	34 %	5 %	2 %	0 %	0 %
Ilmapiiri tilitoimistossa	45 %	50 %	2 %	0 %	0 %	3 %
Henkilökunnan ystävällisyys	67 %	33 %	0 %	0 %	0 %	0 %
Henkilökunnan tavoitettavuus	58 %	41 %	2 %	0 %	0 %	0 %
Henkilökunnan luotettavuus	66 %	33 %	2 %	0 %	0 %	0 %
Henkilökunnan ammattitaito	58 %	38 %	5 %	0 %	0 %	0 %
Henkilökunnan lähestyttävyyys	63 %	34 %	3 %	0 %	0 %	0 %
Yhteistyö kirjanpitäjän kanssa	56 %	39 %	3 %	0 %	2 %	0 %
Asioista tiedottaminen	20 %	53 %	17 %	0 %	5 %	5 %
Tilitoimiston sijainti	17 %	58 %	16 %	5 %	0 %	5 %
Tilitoimiston tilojen viihtyvyys	20 %	53 %	16 %	0 %	0 %	11 %



Kuvio 8. Asiakastyytyväisyys eri osa-alueilla

Taulukosta ja palkkikaaviosta näkyy, että asiakastyytyväisyys Tilipalvelu Joustavassa on todella hyvällä tasolla. Asiakkaat ovat pääosin erittäin tyytyväisiä tilitoimiston tarjontaan, palveluun ja henkilökuntaan. Kaikissa osioissa joko vastausvaihtoehto erinomainen tai vastausvaihtoehto hyvä ovat saaneet suurimmat prosenttiosuudet, melkein 90 % vastauksia oli valittu jompikumpi näistä vaihtoehtoista. Parhaimmat

pisteet sai henkilökunnan ystävällisyys. Seuraavassa taulukossa näkyvät vielä keskiarvot eri osa-alueilta, asteikon ollessa 5=erinomainen ja 1=heikko (Taulukko 3).

Taulukko 3. Asiakastyytyväisyyden keskiarvot eri osa-alueilla

Keskiarvot	
Palvelutarjonta	4,3
Palvelujen hinnat	3,9
Asiakaspalvelu	4,6
Palvelun nopeus	4,5
Ilmapiiri tilitoimistossa	4,5
Henkilökunnan ystävällisyys	4,7
Henkilökunnan tavoitettavuus	4,6
Henkilökunnan luotettavuus	4,6
Henkilökunnan ammattitaito	4,5
Henkilökunnan lähestyttävyyys	4,6
Yhteistyö kirjanpitäjän kanssa	4,5
Asioista tiedottaminen	3,9
Tilitoimiston sijainti	3,9
Tilitoimiston tilojen viihtyvyys	4,1

Melkein kaikkien osa-alueiden keskiarvo on yli neljä, mistä voi päätellä asiakastyytyväisyyden olevan hyvällä mallilla. Parhaiten pärjasi tälläkin laskukaavalla henkilökunnan ystävällisyys. Huonoimmat keskiarvot tuloksista saivat palvelujen hinnat, asioista tiedottaminen ja tilitoimiston sijainti. Mikään keskiarvo ei kuitenkaan ollut huono, sillä huonoimmatkin arvot olivat 3,9.

#### 7.4 Palvelutarjonta ja palvelu Tilipalvelu Joustava Oy:ssä

Ensimmäisenä palvelutarjonnan osiossa kysyttiin se olennaisin kysymys: vastaavatko tilitoimiston tarjoamat palvelut tarpeitanne. Mikäli tähän kohtaan vastasi myöntävästi, ohjattiin siirtymään seuraavan kohdan yli. Vastaajista 93,6 % vastasi kysymykseen myöntävästi, vain yksi vastaaja vastasi olevansa tyytymätön palvelutarjontaan, ja neljä vastaajaa valitsivat ”en osaa sanoa”- vaihtoehdon.

Seuraavassa kysymyksessä kysyttiin, mitä lisäpalveluja asiakas mahdollisesti kaipaisi tilitoimiston tarjontaan. Muutama vastaaja oli vastannut tähän kysymykseen, vaikka edellisessä olikin sanonut olevansa tyytyväinen tarjontaan. Tähän kohtaan oli annettu valmiita vaihtoehtoja, joita yhdessä tilitoimiston henkilökunnan kanssa pohdittiin kyselyä suunniteltaessa. Vaihtoehtoina olivat: kurssi taloushallinnosta, verkostoi-

tumistilaisuus, tutustumiskäynti yritykseenne ja toimintaanne sekä tilaisuus tutustua sähköiseen taloushallintoon. Kaikkiin vaihtoehtoihin löytyi jokunen kiinnostunut, eniten kiinnostuneita oltiin tilaisuudesta tutustua sähköiseen taloushallintoon (5 vastaajaa). Yleisesti ottaen suurin osa kuitenkin oli tyytyväinen nykyisiin palveluihin, eikä kokenut tarvitsevänsä ehdotettuja palveluita.

Annettujen vaihtoehtojen jälkeen vastaajalla oli vielä mahdollisuus kirjoittaa vapaasti omia ehdotuksiaan mahdollisista lisäpalveluista. Kolme vastaajaa oli antanut vapaa-muotoisia ideoita:

*”Hiukan enemmän konsultoivaa otetta yksin yrittäjän taloushallintoon. Sillä voi olla konsultointihinta, mutta esim. joka 3. kk olisi hyvä käydä asioita tarkemmin läpi, katsoa vähän tulevaisuuteen ja päivittää mennyttä.”*

*”Sähköinen taloushallinto omaan käyttöön.”*

*”Ammattitaitoa yhdistysasioiden hoidossa.”*

Seuraavat kohdat palvelutarjonnan osiossa liittyivät sähköiseen taloushallintoon. Ensin vastaajalta tiedusteltiin onko hänellä käytössään tilitoimiston tarjoamia sähköisiä palveluita, vastausvaihtoehtoina kyllä, ei ja osittain (Kuvio 9).



Kuvio 9. Sähköisten palveluiden käyttö

Kuviosta näkyy selkeästi, että vain pienellä osalla vastaajista on käytössään sähköisiä palveluita. Vastaajista 73 % vastasi, että käytössä ei ole lainkaan sähköisiä palveluita. Nämä vastaajat ohjattiin siirtymään seuraavan kysymyksen yli. Tässä kohtaa haluttiin nimittäin myös selvittää ovatko sähköisiä palveluita käyttävät asiakkaat olleet tyytyväisiä näihin palveluihin vai olisiko niissä heidän mielestään jotain parannettavaa. Yksi asiakas vastasi ”en osaa sanoa”, kaikki muut vastaajat kokivat olevansa tyytyväisiä sähköisiin palveluihin. Seuraavassa kysymyksessä vastaajia pyydettiin vielä selvittämään, mitä puutteita mahdollisesti heidän mielestään sähköisissä palveluissa on. Tähän kohtaan saatiin yksi vastaus:

*”Kassavirtaennusteita ei saa oikein mitenkään järkevästi ilman tajuttoman kaltaista lisäpalikoita”.*

Viimeisessä kohdassa asiakkailta tiedusteltiin, haluaisivatko he mahdollisuuden tustua paremmin sähköisen taloushallinnon palveluihin tilitoimistossa. Tämä kysymys jakoi mielipiteitä asiakkaiden välillä. Vastaajista 42 % olivat kiinnostuneita tustumaan sähköiseen taloushallintoon ja 58 %:a vastaajista sähköinen taloushallinto ei kiinnostanut.

Kyselyllä haluttiin selvittää, mitä mieltä asiakkaat yleisesti ovat palvelusta tilitoimistossa ja saavatko he mielestään tarpeeksi apua tilitoimistolta yrityksen talouden hoi-

tamiseen. Ensimmäinen kysymys oli: ”Saattako tilitoimistolta tarpeeksi neuvontaa ja ohjausta?”, vastausvaihtoehtoina kyllä, ei ja en osaa sanoa. Vastaajista 78 % koki saavansa tarpeeksi neuvontaa (Kuvio 10).



Kuvio 10. Saattako tilitoimistolta tarpeeksi neuvontaa ja ohjausta?

Suurin osa vastaajista koki saavansa tilitoimistolta tarpeeksi neuvontaa ja ohjausta. On tärkeää kuitenkin huomioida, että 14 % vastaajista eivät kokeneet ohjauksen olevan riittävää. Tämä on kyselyn tuloksissa ensimmäinen kohta, missä on kunnolla parantamisen varaa.

Seuraavassa kysymyksessä haluttiin selvittää missä asioissa asiakkaat mahdollisesti kaipaisivat lisää ohjausta (Kuvio 11). Tähän kohtaan oli yhteistyössä tilitoimiston henkilöstön kanssa pohdittu valmiita vastausvaihtoehtoja ja lisäksi vastaajalla oli mahdollisuus lisätä oma ehdotuksensa. Valmiita vaihtoehtoja oli: taloushallinnon raporttien tulkitseminen, yrityksen verosuunnittelu, tilitoimiston palveluiden käyttö ja tositteiden ym. järjestäminen yrityksessä. Kaikki vaihtoehdot keräsivät jonkin verran kiinnostusta.



Kuvio 11. Missä asioissa kaipaisitte lisää ohjausta?

Kuten kuviosta ilmenee, ylivoimaisesti eniten asiakkaat kokevat tarvitsevänsä apua yrityksen verosuunnittelussa. Myös tilitoimiston palveluiden käytössä ja taloushallinnon raporttien tulkitsemisessä toivottiin lisää ohjausta. Yksi vastaus tuli vielä kohtaan: ”Onko jotain muita asioita, missä kaipaisitte lisää ohjausta?”.

*”Yleisesti ei tule mistään mitään tiedotteita muutoksista. Vai olisiko ne jossain mistä ei osaa etsiä :)”*

Seuraavassa kohdassa kysyttiin haluaisivatko asiakkaat saada infokirjeen esim. 2 krt vuodessa. Tämä varmasti auttaisi edellä mainitussa asioiden tiedottamisessa. Infokirje saikin melko paljon kannatusta vastaajien keskuudessa, kysymykseen vastaajista 66 % oli infokirjeen kannalla.

Seuraava kysymys linkittyi osaksi myös neuvontaan ja ohjaukseen, siinä kysyttiin kokeeko asiakas saavansa tilitoimistolta apua kaikkiin taloushallinnon ongelmiin. Tämän osion tulokset olivat hyvät, vain kaksi vastaajaa koki, ettei saa kaikkiin taloushallinnon ongelmiin apua. Vastanneista 75 % vastasi saavansa riittävästi apua ja 22 % vastasi ”en osaa sanoa”.

Kyselyssä haluttiin myös selvittää ymmärtävätkö asiakkaat kirjanpitäjänsä avulla yrityksensä taloushallintoa ja taloudellista tilaa. Vain yksi asiakas vastasi kysymykseen

”ei” ja yhdeksän vastaajaa vastasi ”en osaa sanoa”. Loput 53 vastaajaa eli 83 % vastanneista kokivat olevansa tietoisia yrityksensä talouden tilasta ja tulevaisuuden näkymistä. Nämäkin vastaukset olivat siis oikein positiivisia.

Viimeisenä tässä osiossa kysyttiin palveleeko Tilipalvelu Joustava Oy asiakasta hänen odotuksiensa mukaan taloushallinnon palveluiden tuottajana ja mikäli ei, mitä asiakas on mahdollisesti jäänyt kaipaamaan. Vastaajista 88 % oli sitä mieltä, että tilitoimiston palvelut vastaavat odotuksia ja vain 2 vastaajaa oli sitä mieltä, että ei. He jäivät toivomaan vielä seuraavia asioita:

*”Perusasia kuten kirjaamiset hoituu, mutta muu on jäänyt kovin vanhanaikaiselle tasolle. Toki en ehkä ole osannut kaikkea kysyä. ”*

*”Riittäväällä tasolla, mutta kaipaisin hiukan enemmän aktiivista neuvontaa, ”konsultointia” taloushallinnon asioista, proaktiivisempaa otetta asiakkuuden hoitoon.”*

Seuraavaksi selvitettiin, onko tilitoimistolle asiakkaiden mielestä helppo antaa palautetta. Tämä linkittyy osaksi myös kohtaan ”henkilökunnan lähestyttävyyys”, mistä tulikin kyselyssä erittäin hyvä arvosana. Palauteosiossakin tulokset olivat hyvät, 78 % asiakkaista koki palautteen antamisen olevan helppoa. Vastaajista 5 % oli sitä mieltä, että ei ja 17 % ei osannut sanoa. Viimeisenä vastaajilta pyydettiin yleisarvosanan antamista tilitoimistolle. Asteikolla 1-5, asiakkaiden antamien vastausten keskiarvoksi tuli 4,4 (1=Heikko, 5=Erinomainen). Jo yksinomaan tämä kohta kertoi asiakastyytyväisyyden olevan hyvällä tasolla.

Kyselyn lopussa vastaajalla oli vielä mahdollisuus antaa vapaata palautetta ja kehitysehdotuksia. Suurin osa vastaajista oli valitettavasti jättänyt tämän kohdan tyhjäksi. Muutama vastaus tähänkin kohtaan kuitenkin saatiin (Liite 5).



## 8 KEHITYSKOhteet

### 8.1 Asioiden tiedottaminen

Monessa eri kohdassa vastauksista kävi ilmi, että asioiden tiedottamisessa olisi parantamisen varaa. Asiakkaiden tulisi kaiken aikaa olla ajan tasalla esimerkiksi lainsäädännön muutoksista, sillä tällaiset asiat voivat vaikuttaa heidän arkeensa hyvinkin paljon. Siksi asioiden tiedottaminen tilitoimistoalalla on erityisen tärkeää. Suurin osa vastanneista oli tyytyväisiä tiedottamisen tasoon, mutta 5 % kyselyyn vastanneista oli sitä mieltä, että tiedottaminen on tilitoimistossa riittämätöntä. Tämän lisäksi mm. palkanlaskennan osiossa oli mainittu tiedottamisen vähyydestä palkanlaskentaa koskevissa asioissa.

Tiedottaminen tulisi tilitoimistoissa toimia rutiininomaisesti. Kun jokin muutos tapahtuu, olisi hyvä että asiakkaille lähtisi tästä mahdollisimman nopeasti tieto, mikäli asia koskee heitä. Koko henkilöstön tulisi olla tietoisia muutoksista ja heidän tulisi yhdessä sopia millainen tiedottamisen malli sopii heille parhaiten. Asiakkaat ovat keskenään erilaisia ja asioista tiedottaminen käy eri tavalla eri asiakkaiden kanssa. Jotkin haluavat asioida sähköpostilla, toiset puhelimessa ja toiset vain paikan päällä asioidessaan. Kirjanpitäjän tulisi olla tietoinen, mikä on asiakkaalle mieluisin yhteydenottotapa ja tätä kautta hoitaa tiedottaminen asiakkaan näkökulmasta parhaalla tavalla.

Tilipalvelu Joustava Oy:llä on omilla kotisivuillaan osio ”ajankohtaista”, mihin päivitetään tietoja esimerkiksi tulevista lainsäädännön muutoksista. Asiakkaat eivät kuitenkaan säännöllisin väliajoin todennäköisesti käy lukemassa kirjanpitäjänsä kotisivuja, mikä tarkoittaa että tieto ei välttämättä mene tätä kautta perille kuin muutamalle asiakkaalle. Sosiaalisen median käyttö lisääntyy koko ajan ja tämän vuoksi Tilipalvelu Joustava Oy:lläkin olisi hyvä olla olemassa esimerkiksi Facebook-sivut. Tätä kautta monet asiakkaat saisivat helposti ja nopeasti tietoja muutoksista. Tilitoimisto saisi myös sosiaalisen median avulla lisää näkyvyyttä, mikä saattaisi tuoda heille lisää asiakkaita.

Asiakkailta kysyttiin kyselyssä myös olisiko heillä kiinnostusta saada infokirje esim. 2 kertaa vuodessa, 66 % asiakkaista oli infokirjeen kannalla. Infokirje olisi varmasti myös yksi hyvä tiedotuskanava. Infokirjeeseen voisi sisällyttää lainsäädännön muutosten lisäksi esimerkiksi muistutuksia tärkeistä päivistä, jotka vaikuttavat yrittäjän arkeen.

## 8.2 Kirjanpitäjä taloudellisena neuvonantajana

Tilitoimistojen konsultoiva rooli on korostunut viime aikoina taloushallinnon palveluiden sähköistyessä ja sen odotetaan kasvavan vielä lisää. Kyselyssä kysyttiin, saako vastaaja mielestään tarpeeksi neuvontaa ja ohjausta tilitoimistolta. Kyselyyn vastaajista 14 % (yhdeksän vastaajaa) olivat sitä mieltä, että neuvonta ja ohjaus tilitoimistossa eivät ole riittävällä tasolla.

Talouden ohjaus ja neuvonnan saaminen on monelle yrittäjälle todella tärkeää, sillä usein yrittäjät eivät itse ymmärrä esimerkiksi tuloslaskelman lukuja. Tähän tarvitaan kirjanpitäjää avuksi. Kirjanpitäjän ja asiakkaan välinen yhteistyö on paljon helpompaa, kun asiakaskin ymmärtää kirjanpitoon liittyviä asioita. Eri asiakkaat vaativat varmasti vaihtelevasti neuvontaa, ja siksi olisikin hyvä että sitä olisi tarjolla erilaisissa muodoissa. Tilipalvelu Joustava Oy:n palveluihin kuuluu tällä hetkellä konsultointipalveluista yritysmuodon valinnan opastusta, veroneuvontaa ja budjettiseurantaa. (Tilipalvelu Joustava Oy:n [www-sivut](http://www.joustava.fi) 2016). Kyselyn tuloksista kuitenkin selvisi, että asiakkaat toivoisivat enemmän opastusta eri osa-alueilla. Kun asiakkailta kysyttiin vastaavatko tilitoimiston palvelut tarpeitanne taloushallinnon palveluiden tuottajana, yksi vastauksista oli: *”Riittävällä tasolla, mutta kaipaisin hiukan enemmän aktiivista neuvontaa, ”konsultointia” taloushallinnon asioista, proaktiivisempaa otetta asiakkuuden hoitoon.”* Tässäkin siis oltiin yleisesti tyytyväisiä tilitoimiston toimintaan, mutta jäätin kaipaamaan enemmän ohjausta ja konsultointia. Myös palkanlaskennan osiossa eräs asiakas toivoi aktiivisempaa konsultointia palkanlaskentaan ja muuhunkin yrityksen toimintaan liittyvään.

Listasimme kyselyyn vaihtoehtoja siitä, missä asioissa asiakkaat mahdollisesti kaipaivat lisää ohjausta. Kaikki vaihtoehdot saivat jonkin verran kannatusta, eniten

apua kaivattiin yrityksen verosuunnittelussa. Verosuunnittelu- ja neuvonta kuuluvat kyllä Tilipalvelu Joustavan palvelutarjontaan, mutta kyselyn tulosten perusteella voidaan todeta, että osa asiakkaista kokee silti veroneuvonnan olevan riittämätöntä. Myös taloushallinnon raporttien tulkitsemisessa muutama vastaaja oli jäänyt kaipaamaan lisää ohjausta. Kirjanpitäjän tulisi auttaa yrittäjää ymmärtämään yrityksensä taloutta ja niitä asioita, jotka kuuluvat kirjanpitäjän päivittäiseen työnkuvaan. Tämä ei tarkoita sitä, että jokaisen asiakkaan tulisi esimerkiksi osata ulkoa osakeyhtiön verotuksen perusteet, vaan että jokainen asiakas ymmärtäisi päällisin puolin saamiaan raportteja yritystoiminnastaan ja olisi tietoinen oman yrityksensä taloudellisesta tilanteesta.

Tilitoimisto voisi esimerkiksi pitää asiakkaiden kanssa palavereita aika ajoin. Palavereissa asiakas saisi helposti vastauksia häntä askarruttaviin asioihin ja kirjanpitäjä saisi mahdollisuuden selittää asiakkaalle lähettämiään raportteja. Palavereissa kirjanpitäjä voisi käydä myös läpi asiakkaan yrityksen tilaa ja selvittää asiakkaalle, miltä tulevaisuus yrityksen talouden kannalta näyttää.

Sekä tilitoimistolle että yrittäjälle on tärkeää, että yrittäjä ymmärtää jossain määrin yrityksen talouteen liittyviä asioita ja taloushallinnon raportteja. Tilitoimisto voisi parantaa asiakkaiden tietämystä esimerkiksi järjestämällä jonkin tilaisuuden, jossa asiakkaille selitetään yrityksen taloushallintoon liittyviä perusasioita. Kurssi taloushallinnosta olikin yksi kyselyssä asiakkaille tarjotuista vaihtoehtoista. Kyselyn tulosten perusteella se ei saanut paljoa kannatusta, mutta siitä olisi varmasti hyötyä molemmille osapuolille.

### 8.3 Sähköisen taloushallinnon esittely

Kyselyyn vastanneista asiakkaista 42 % oli kiinnostuneita mahdollisuudesta tutustua sähköisen taloushallinnon palveluihin. Kyselyyn vastaajista vain 27 %:lla oli käytössään kokonaan tai osittain tilitoimiston tarjoamia sähköisen taloushallinnon palveluita. Tämä olisi siis tilitoimistolle suurin kehitysmahdollisuus, sillä palveluiden sähköistyessä kirjanpitäjien resursseja vapautuisi enemmän muihin tehtäviin, kuten esimerkiksi edellä mainittuihin konsultointipalveluihin.

Tilitoimisto voisi esimerkiksi pitää kaikille asiakkaille avoimen tilaisuuden, jossa sähköistä taloushallintoa esitellään yhdessä sähköisen ohjelmistontarjoajan kanssa. Usein nimenomaan tietämättömyys estää asiakkaita siirtymästä vanhasta hyväksi todetusta tavasta uuteen. Tilaisuus voisi samalla olla asiakkaille hyvä mahdollisuus verkostoitua keskenään.

#### 8.4 SWOT-analyysi

SWOT-analyysi on yritystoiminnan analysointimenetelmä. Lyhenne SWOT tulee englannin kielen sanoista strengths (vahvuudet), weaknesses (heikkoudet), opportunities (mahdollisuudet) ja threats (uhat). SWOT määrittelee näitä yrityksen toimintaan vaikuttavia tekijöitä nelikenttäanalyysin muodossa. (Suomen riskienhallintayhdistyksen www-sivut 2016.)

Asiakastyytyväisyystutkimus antoi paljon tietoa Tilipalvelu Joustavan asiakastyytyväisyydestä. Moni asia oli tilitoimistossa todella hyvin ja asiakkaat olivat pääosin tyytyväisiä tilitoimistoonsa. Aina on kuitenkin myös parantamisen varaa, joten kehittämiskohteitakin löytyi (Kuvio 12).

### SWOT-ANALYYSI

<b>Vahvuudet</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ammattitaitoinen ja kokenut henkilöstö</li> <li>• Palvelualtis henkilöstö</li> <li>• Laaja asiakaskunta</li> <li>• Korkea asiakastyytyväisyys</li> <li>• Sähköistyminen</li> </ul>	<b>Heikkoudet</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Asiakkaiden tiedottaminen</li> <li>• Konsultointi (resurssien vähyys)</li> </ul>
<b>Mahdollisuudet</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Teknologian kehitys (sähköistyminen) → Resurssien vapautuminen</li> <li>• Sosiaalinen media</li> </ul>	<b>Uhat</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Asiakkaiden haluttomuus muutokseen (sähköistyminen)</li> <li>• Asiakkaiden tietämättömyys</li> </ul>

Kuvio 12. SWOT-analyysi Tilipalvelu Joustavan asiakastyytyväisyydestä

Kyselyn tuloksista näkee, että Tilipalvelu Joustava Oy:n vahvuuksiin kuuluu ehdottomasti ammattitaitoinen ja kokenut henkilöstö. Tämä on varmasti tilitoimiston suurin menestystekijä ja syy siihen miksi asiakastyytyväisyys on hyvällä tasolla. Laaja asiakaskunta tuo tilitoimistolle haasteita, kokemusta ja monipuolisuutta työhön. Mahdollisuus sähköisiin palveluihin on myös yksi tärkeimmistä vahvuuksista, sillä monet yritykset ovat kiinnostuneita sähköistämään taloushallinnon palveluitaan ja monet isot yritykset jo vaativatkin mahdollisuutta esimerkiksi verkkolaskutukseen.

Yhtenä heikkoutena kyselyn tuloksista selvisi, että asioiden tiedottaminen asiakkaille voisi olla paremmalla tasolla. On tärkeää, että asiakkaat saavat ajantasaista tietoa alan tärkeistä asioista ja lainsäädännön muutoksista. Tähän ehdotuksena oleva info-kirje voisi olla yksi apu. Lisäksi sosiaalisen median käyttö toisi varmasti hyvän lisän. Konsultointi ja neuvonta saisivat myös tilitoimistossa olla suuremmassa roolissa. Vaikka tässäkin monet asiakkaat olivat tyytyväisiä, löytyi myös asiakkaita, jotka kaipaivat enemmän ohjausta ja neuvontaa. Tähän ratkaisuna voisi olla esimerkiksi säännölliset palaverit asiakkaiden kanssa.

Suurimpana mahdollisuutena tilitoimistossa on teknologian jatkuva kehitys eli palveluiden sähköistyminen. Suunnitelmissa on pitää asiakkaille tilaisuus, jossa pääsee tutustumaan sähköiseen ohjelmistoon ja sen tuomiin muutoksiin. Mikäli asiakkaita saataisiin siirtymään sähköiseen taloushallintoon, vapautuisi varmasti kirjanpitäjien resursseja esimerkiksi edellä mainittuihin konsultointipalveluihin.

Vaikka sähköistyminen on analyysissa kuvattu mahdollisuutena, on kuitenkin uhkana se, että asiakkaat eivät ole muutoksen kannalla. Monet asiakkaat eivät halua siirtyä sähköiseen taloushallintoon ja heidän kanssaan resursseja menee niin sanotusti hukkaan. Asiakkaiden tietämättömyys on yksi syy heidän haluttomuuteen muuttaa palveluita sähköisiksi. Tämän vuoksi olisikin hyvä saada mahdollisimman suuri osa asiakkaista tutustumaan sähköisiin palveluihin ja niiden tuomiin etuihin.

## 9 YHTEENVETO

Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää Tilipalvelu Joustava Oy:n asiakastyytyväisyyden tila ja luoda kehittämissuunnitelma tulosten pohjalta. Tutkimuksen tärkein tavoite oli saada tilitoimiston asiakastyytyväisyyttä parannettua. Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisena kyselytutkimuksena. Kysely lähetettiin kaikille niille asiakkaille, joilla oli käytössään sähköposti.

Tutkimuksen tuloksista selviää, että Tilipalvelu Joustava Oy:n asiakastyytyväisyys on hyvällä tasolla. Asiakkaat ovat erittäin tyytyväisiä tilitoimiston asiakaspalveluun, henkilöstön ystävällisyyteen ja palveluhenkisyyteen. Myös palvelutarjonta on tilitoimistossa kohdallaan. Kehittämiskohteita tilitoimistolla on asioiden tiedottamisen sekä neuvonnan suhteen. Lisäksi sähköisten palveluiden esittelystä olisi sekä tilitoimistolle että asiakkaille hyötyä.

Kyselyn tulokset olivat aika lailla odotetun kaltaiset. Asiakkaat ovat pääosin tyytyväisiä palveluun ja kehityskohteita on vähän. Kyselyn suurimmaksi haasteeksi osoittautui odotetusti tarpeeksi korkean vastausprosentin saaminen. Muistutusviestien avulla vastauksia saatiin kuitenkin kiitettävästi ja 139 asiakkaasta 64 vastasi kyselyyn. Vastausprosentiksi muodostui siis 46 %. Tämän perusteella voidaan todeta, että tutkimustulokset ovat totuudenmukaisia ja antavat kattavan kuvan tilitoimiston asiakastyytyväisyydestä.

Kehityskohteisiin puuttuminen ja toimenpidesuunnitelman toteutus jäävät tilitoimiston omaksi tehtäväksi. Myös jatkuva asiakastyytyväisyyden seuranta on tärkeää muistaa. Asiakastyytyväisyystutkimukset antavat asiakkaille kuvan, että heidän tyytyväisyydestään ollaan kiinnostuneita, ja että tilitoimisto haluaa tarjota parasta mahdollista palvelua. On tärkeää muistaa myös jatkotutkimukset, jotta nähdään onko tehdyillä toimenpiteillä ollut vaikutusta asiakastyytyväisyyteen. Samaa kyselylomaketta voisi käyttää pohjana uudelle tutkimukselle, jonka voisi toteuttaa jo 1-2 vuoden päästä. Tulosten vertailukin olisi helppoa, kun olisi käytössä sama kysely. Tietysti seurannassa ilmi tulleet asiat tulee myös ottaa huomioon uutta tutkimusta suunniteltaessa. Jatkotutkimuksissa pyritään selvittämään, ovatko tehdyt toimenpiteet paranta-

neet asiakastyytyväisyyttä ja näiden tietojen pohjalta lähdetään sitten tekemään uutta toimenpidesuunnitelmaa.

## LÄHTEET

- Aarnikoivu, H. 2005. Onnistu asiakaspalvelussa. Helsinki: WSOY.
- Ahvenniemi, J. 2008. Johdon laskentatoimen palvelut tilitoimistoissa kehittyvät. Tilisanomat 3, 59–61.
- Ahvenniemi, J. 2013. Kirjanpitäjä muutoksessa. Tilisanomat 6, 3.
- Artola, A., Joutseno, R., Kerola, V., Metsäranta, R. & Otava, H. Henkilökohtainen tiedonanto 9.3.2016.
- Bowen, N. 10 ways to provide exceptional customer service for your accounting clients. 24.10.2014. Viitattu 8.1.2016.
- Desouza, B. 'Accountants must improve customer service skills or risk losing clients'. Accounting web. 27.10.2010. Viitattu 6.1.2016.
- Flink, K., Kerttula, T., Nordling, A. & Rautio, V. 2015. Asiakaspalvelun ammattilaiseksi. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Heikkilä, T. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Helanto L. Kaisaniemi, T. Koskinen, K. Kuntola, K. & Siivola, M. 2013. Taloushallinto. Nyt. Tilitoimistoammattilaisen opas sähköiseen taloushallintoon. Helsinki: ProCountor International Oy.
- Hilla. 2015. Tilitoimistosi tuottaa vain alv-laskelmia - kerromme miksi. Talousverkko. 4.9.2015. Viitattu 10.1.2016.
- Joutseno, R. Vastaanottaja elina.nieminen@student.samk.fi. Lähetetty 11.1.2016 klo 11:51. Viitattu 11.1.2016.
- Lundberg, T. & Töytäri, J. 2010. Asiakaspalvelun pikkujättiläinen – taitoa, tunnetta, intoa & intohimoa. Osaajan asenne ratkaisee. Aina. Lahti: Positiivarit.
- Marckwort & Marckwort, 2011. Ole hyvä asiakaspalvelija vaativissa tilanteissa. Helsinki: Yrityskirjat Oy.
- Metsä-Tokila, T. 2011. Taloushallinnon palvelut lokakuu 2011. Viitattu 21.1.2016.
- Ojanen, M. 2013. Reseptejä asiakassuhteisiin: asiakasta ei jätetä. Helsinki: Talentum.
- Pohjanmaan ekonomitoimiston www-sivut. 2013. Viitattu 12.1.2016. <https://www.ekonomitoimisto.fi>
- Pöllänen, J. & Rope, T. 1994. Asiakastyytyväisyysjohtaminen. Juva: WSOY.



Selin, E & Selin, J. 2005. Kaikki on kiinni asiakkaasta: Avaimia asiakasrajapintojen hallintaan. Pieksämäki: Tietosanoma Oy.

Selin, E & Selin, J. 2013. Kaikki on kiinni asiakkaasta: Avaimia asiakasrajapintojen hallintaan. Pieksämäki: Tietosanoma Oy.

Stockton, K. '3 ways you can boost client loyalty to your CPA firm'. GRW. 9.12.2014. Viitattu 29.1.2016. <http://www.grwco.com/>

Hilla. 2015. Millainen on hyvä tilitoimisto? Talousverkko. 24.9.2015. Viitattu 12.1.2015.

Taloushallintoliiton www-sivut. Viitattu 18.11.2015. [www.taloushallintoliitto.fi](http://www.taloushallintoliitto.fi)

Tilipalvelu Joustava Oy:n www-sivut. Viitattu 10.11.2015. [www.tilipalvelujoustava.fi](http://www.tilipalvelujoustava.fi)

Tilitoimistojen www-sivut 2016. Viitattu 27.1.2016. [www.tilitoimistoja.fi](http://www.tilitoimistoja.fi)

Valvio, T. 2010. Palvelutapahtuma ja asiakkaan kohtaaminen. Helsinki: Kauppakamari.

Visman www-sivut 2016. Viitattu 27.1.2016. [www.visma.fi](http://www.visma.fi)

Ylikoski, T. 1999. Unohtuiko asiakas? Keuruu: Ky-Palvelu Oy.

Sähköposti asiakkaille

Hyvä Tilipalvelu Joustavan asiakas!

Tilitoimistomme haluaa jatkuvasti parantaa asiakastyytyväisyyttä. Työharjoittelijamme Elina Nieminen tekee opinnäytetyönään asiakastyytyväisyystutkimuksen tilitoimistollemme. Toivomme, että tutkimuksen avulla saamme kehitettyä toimintaamme asiakaslähtöisempään suuntaan.

Ohessa on linkki kyselylomakkeelle ja toivoisimme kaikkien asiakkaidemme vastaavan kyselyyn. Tutkimus on tehty teitä varten ja siksi vastauksenne on meille todella tärkeä. Vastaaminen kestää vain n. 10 minuuttia ja aikaa vastaamiseen on 6.4.2016 asti.

Kysely koostuu pääosin monivalintakysymyksistä ja on siksi helppo ja nopea täyttää. Vastaaminen tapahtuu nimettömänä ja kyselyn tulokset esitetään yhteenvetona.

Mikäli teillä on jotain kysyttävää kyselyyn liittyen, vastaan mielelläni! Sähköposti-osoitteeni on elina.nieminen10@gmail.com

Linkki kyselyyn: <https://elomake.samk.fi/lomakkeet/5326/lomake.html>

Kiitos ajastanne!

## Asiakastytyväisyyskysely Tilipalvelu Joustava Oy

## Asiakkuus

	Alle vuoden	1-5 vuotta	5-10 vuotta	yli 10 vuotta
1. Kuinka kauan olette olleet Tilipalvelu Joustavan asiakkaana?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2. Mitä tilitoimiston tarjoamia palveluja käytätte?

☐ Kirjanpito- ja tilinpäätöspalvelut  
☐ Verotus ja verosuunnittelu  
☐ Palkanlaskenta  
☐ Yhtiöoikeudelliset palvelut  
☐ Sähköinen yhteys taloushallintoon

	Tuttavalta	Tilitoimiston kotisivuilta	Lehti-ilmoituksesta	Muualta, mistä?
3. Mistä saitte tiedon Tilipalvelu Joustavan palveluista?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>

## Tilipalvelu Joustava Oy

4. Tyytyväisyytenne eri osa-alueisiin

	Erinomainen	Hyvä	Kohtalainen	Tyydyttävä	Heikko
Palvelutarjonta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palvelujen hinnat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiakaspalvelu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palvelun nopeus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ilmapiiri tilitoimistossa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Henkilökunnan ystävällisyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Henkilökunnan tavoitettavuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Henkilökunnan luotettavuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Henkilökunnan ammattitaito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Henkilökunnan lähestyttävyyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yhteistyö kirjanpitäjän kanssa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asioista tiedottaminen (esim. muutokset lainsäädännössä)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tilitoimiston sijainti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tilitoimiston tilojen viihtyvyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## Palvelutarjonta

	Kyllä	Ei	En osaa sanoa
5. Vastaavatko tilitoimiston palvelut tarpeitanne? Mikäli vastasitte kysymykseen kyllä, voitte siirtyä kohtaan 7.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. Mitä lisäpalveluja kaipaisitte Tilipalvelu Joustavan tarjontaan?

☐ Kurssi taloushallinnosta  
☐ Verkostoitumistilaisuus  
☐ Tutustumiskäynti yritykseenne ja toimintaanne  
☐ Tilaisuus tutustua sähköiseen taloushallintoon

Onko jotain muita lisäpalveluja, mitä kaipaisitte Tilipalvelu Joustavan tarjontaan?

	Kyllä	Ei	Osittain
7. Käytättekö tilitoimiston tarjoamia sähköisiä palveluita? Mikäli vastasitte Ei, siirtykää kohtaan 10.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Kyllä	Ei	En osaa sanoa
8. Oletteko olleet tyytyväinen näihin palveluihin? Mikäli vastasitte kyllä, siirtykää kohtaan 10.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. Mitä puutteita sähköisissä palveluissamme mielestänne on?

	Kyllä	Ei
10. Haluaisitteko mahdollisuuden tutustua paremmin sähköisen taloushallinnon palveluihimme?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## Palvelu tilitoimistossa

11. Saatteko tilitoimistolta tarpeeksi neuvontaa ja ohjausta? Mikäli vastasitte kyllä, siirtykää kohtaan 13.

Kyllä Ei En osaa sanoa

☐ ☐ ☐

12. Missä asioissa kaipaisitte lisää ohjausta?

- ☐ Taloushallinnon raporttien tulkitsemisessa
- ☐ Yrityksen verosuunnittelussa
- ☐ Tilitoimiston palveluiden käytössä
- ☐ Tositteiden jne. järjestämisessä

Onko jotain muita asioita, missä kaipaisitte lisää ohjausta?

13. Haluaisitteko saada infokirjeen esim. 1-2krt vuodessa?

Kyllä Ei

☐ ☐

14. Saatteko tilitoimistolta apua kaikkiin taloushallinnon ongelmiin?

Kyllä Ei En osaa sanoa

☐ ☐ ☐

15. Koetteko olevanne tietoinen yrityksenne talouden tilasta ja tulevaisuuden näkymistä?

Kyllä Ei En osaa sanoa

☐ ☐ ☐

16. Palveleeko tilitoimistomme teitä odotuksienne mukaisesti taloushallinnon palveluiden tuottajana?

Kyllä Ei En osaa sanoa

☐ ☐ ☐

17. Jos ei, mitä olette jääneet kaipaamaan?

## Lopuksi

18. Koetteko, että tilitoimistolle on helppo antaa palautetta?

Kyllä Ei En osaa sanoa

☐ ☐ ☐

19. Minkä yleisarvosanan antaisitte Tilipalvelu Joustavalle?

- ☐ Erinomainen
- ☐ Hyvä
- ☐ Kohtalainen
- ☐ Tyydyttävä
- ☐ Heikko

20. Vapaa palaute ja mahdolliset kehitysideat

## Tietojen lähetyks

Tallenna

Kiitos vastauksistanne!

Ensimmäinen muistutusviesti

Hei!

Haluaisin muistuttaa teitä asiakastyytyväisyyskyselyyn vastaamisesta. Kyselyyn vastaamiseen on aikaa vielä 6.4.2016 asti. Vastauksenne on meille todella tärkeä. Mikäli olette jo vastanneet kyselyymme, kiitämme ajastanne ja toivotamme teille oikein mukavaa kevään jatkoa!

Jokainen asiakas ja palaute on meille todella tärkeä ja siksi toivomme, että käytätte tämän lyhyen ajan (n.10min) kyselyyn vastaamiseen. Tämän avulla saamme kehitettyä toimintaamme ja muokattua palvelujamme yhä enemmän teidän tarpeidenne mukaiseksi.

Mikäli teillä on jotain kysyttävää kyselyyn liittyen, vastaan mielelläni osoitteessa [eli-na.nieminen@student.samk.fi](mailto:eli-na.nieminen@student.samk.fi)

Mukavaa kevään jatkoa!

Toinen muistutusviesti

Hyvä Tilipalvelu Joustavan asiakas!

Kyselyyn on tullut jo suuri määrä vastauksia, suuri kiitos siitä vastanneille!

Teille, jotka ette ole vielä vastanneet kyselyyn, vastaamisaikaa on vielä keskiviikkoon 6.4.2016 asti. Toivoisin, että kaikki asiakkaat vastaisivat kyselyyn, jotta saamme kyselyn tuloksista mahdollisimman luotettavia. Näin saamme paremmat mahdollisuudet parantaa toimintaamme teidän toiveidenne mukaan. Vastaaminen vie aikaa alle 10 minuuttia ja koostuu pääosin monivalintakysymyksistä.

Tässä vielä linkki kyselyyn: <https://elomake.samk.fi/lomakkeet/5326/lomake.html>

Aurinkoista kevään jatkoa!

Terveisin

Elina Nieminen

Vapaa palaute ja mahdolliset kehitysideat

*“Erinomainen ja ammattimainen palvelu”*

*“On ollut mukava asioida 17vuoden aikana.”*

*“Olen ehkä hieman poikkeuksellinen asiakas, kun toimintani on niin pientä ja palvelun tarve lilliputtiosastoa. Kiitos tällaisen pienenkin toiminnan palvelusta ja tukemisesta!”*

*“Toivoisin tilitoimistolta aktiivisempaa otetta veroneuvonnassa. Saan kyllä neuvoja, jos itse pyydän, mutta pysynkö ajan tasalla? Lisäksi infokirjeet olisi hyvä asia, mutta vain, jos on jotain tärkeää uutta huomioon otettavaa, ei rutiininomaisesti.”*

*“Asiakaspalvelukysely tehtiin myös vuosi sitten : )”*

*“Mielestämme olemme saaneet kaikki palvelut”*

*“Olen tyytyväinen peruspalveluihin ja ystävälliseen palveluun. Asiantuntijapalveluita tarjoavana yrityksenä Tilitoimisto Joustava voisi kehittyä myös pienen yrityksen/yrittäjän taloushallinnon neuvontapalveluissa.”*

*“Terveisit Ihanalle Livialle!”*